

Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju - Odsjek za komparativnu književnost

Diplomski rad
Nekropoetika: medijska reprezentacija smrti slavnih osoba

Studentica: Lucija Halužan
Mentorice: dr.sc. Sanja Potkonjak, doc.
dr.sc. Maša Grdešić, doc.

Zagreb, 2017.

Izjavljujem pod punom moralnom odgovornošću da sam diplomski rad „Nekropoetika: medijska reprezentacija smrti slavnih osoba“ izradila potpuno samostalno uz stručno vodstvo mentorica dr. sc. Sanje Potkonjak i dr. sc. Maše Grdešić. Svi podaci navedeni u radu su istiniti i prikupljeni u skladu s etičkim standardom struke. Rad je pisan u duhu dobre akademske prakse koja izričito podržava nepovredivost autorskog prava te ispravno citiranje i referenciranje radova drugih autora.

*Dragim roditeljima, najdražima M., I. i I.,
hvala na neizmjernoj ljubavi i podršci!*

SAŽETAK:

Nekropoetika: medijska reprezentacija smrti slavnih osoba

Popularna kultura jedan je od najsveobuhvatnijih aspekata naše društvene stvarnosti. Čine ju tri sastavna elementa: slavne osobe, mediji te konzumenti sadržaja popularne kulture. Navedeni elementi međusobno su isprepleteni te je nemoguće izolirati samo jedan od njih i promatrati ga izdvojenog. Nakon smrti slavne osobe mediji pribjegavaju određenoj poetici predstavljanja preminulih slavnih uz procese glorifikacije, sakralizacije i kanonizacije. Rad strategijama kritičke analize diskursa nastoji ukazati na postojanje posebnog medijski konstruiranog narativa na primjeru analize posmrtnih tekstova internetskog portala o četvero preminulih slavnih osoba iz hrvatske kulture različite dobi, spola i polja djelovanja kako bi se pokazao utjecaj i djelovanje medijskog narativa o preminulim slavnima.

Ključne riječi: popularna kultura, smrt slavne osobe, kanonizacija slavne osobe, medijski narativ

SUMMARY:

Necropoetics: media representation of deceased celebrities

Celebrity culture is one of the most consuming aspects of our everyday life. It is combined of three structural components: celebrities, media and consumers of celebrity culture content. Elements named above are intertwined together and cannot be separated and researched individually. The media tends to represent a deceased celebrity within a specific poetics through processes like glorification, sacralization and canonization. Using the methodological strategies of critical discourse analysis this paper tends to show this specific media constructed narrative in the example of posthumous web portal articles about four deceased celebrities of different age, sex and occupations from Croatian culture to show the influence and effect of media narrative about deceased celebrities.

Keywords: celebrity culture, death of a celebrity, canonization of a celebrity, media narrative

SADRŽAJ

SAŽETAK/SUMMARY.....	4
1. UVOD.....	6
2. POPULARNA KULTURA.....	8
2.1. Počeci popularne kulture.....	8
2.2. Slavne osobe i mediji kao tvorci popularne kulture.....	9
2.3. Konzument popularne kulture kao njen temelj.....	14
3. SMRT U POPULARNOJ KULTURI.....	17
3.1. Što sa slavnim osobom nakon smrti.....	17
3.2. Institucionalizacija preminule slavne osobe.....	19
3.3. Društveno tugovanje za slavnim osobama.....	23
3.4. Online tugovanje.....	25
4. METODOLOGIJA.....	26
5. ŽUŽI JELINEK.....	30
5.1. Tjedan dana od smrti Žuži Jelinek.....	30
5.2. Posthumna reprezentacija Žuži Jelinek.....	31
6. ARSEN DEDIĆ.....	32
6.1. Tjedan dana od smrti Arsena Dedića.....	32
6.2. Komemorativne prakse posvećene Arsenu Dediću.....	35
6.3. Posthumna reprezentacija Arsena Dedića.....	36
7. DOLORES LAMBAŠA.....	37
7.1. Tjedan dana od smrti Dolores Lambaše.....	37
7.2. Komemorativne prakse posvećene Dolores Lambaši.....	39
7.3. Posthumna reprezentacija Dolores Lambaše.....	40
8. TOŠE PROESKI.....	41
8.1. Tjedan dana od smrti Toše Proeskog.....	41
8.2. Komemorativne prakse posvećene Toši Proeskom.....	42
8.3. Posthumna reprezentacija Toše Proeskog.....	43
9. ANALIZA KOMENTARA.....	44
10. ZAKLJUČAK.....	45
11. LITERATURA.....	47
12. IZVORI.....	49

1. UVOD

David Bowie, George Michael, Gene Wilder, Harper Lee, Alan Rickman, Umberto Eco, Prince, Muhammad Ali i Leonard Cohen samo su neki od poznatih osoba koje su preminule u 2016. godini. Jedna za drugom tokom godine stizale su vijesti o smrti ovih značajnih osoba iz svijeta glazbe, sporta, spisateljstva i glume, a društvo je konstantno bilo začuđeno mogućnošću da toliki broj slavnih osoba premine u relativno kratkom vremenskom periodu. Ta 2016. godina okarakterizirana je kao pogubna, a na internetskim stranicama pojedinci su se pitali kada će prestati taj tužan, iznenađujuće dug niz. Smrt, koja je ipak sastavni dio života, nas kao pojedince začuđuje kada nastupi nenadano, no nitko od gore navedenih slavnih osoba nije bio u mlađoj životnoj dobi (najmlađi je bio George Michael koji je preminuo u 54. godini života) i većina se već neko vrijeme borila s zloćudnim bolestima. Također, radi se o pojedincima koje ne poznajemo osobno, već smo putem pomno konstruiranog medijskog djelovanja stvorili iluziju povezanosti s njima. Kako nas je i zašto njihova smrt toliko iznenadila i pogodila?

Neovisno koja slavna osoba premine i u kojem vremenskom razdoblju, društvo ostaje šokirano. Nešto što je dosad bio sastavni dio svakodnevice promijenilo se i poremetilo društvenu ravnotežu. Iako slavne osobe nismo osobno upoznali, poznavali smo njihov rad te mu se u većoj ili manjoj mjeri divili. Možda nas spoznaja da naš omiljeni autor, pjevač ili glumac više nikad neće napisati novu knjigu ili otpjevati novu pjesmu ili igrati novu ulogu izaziva da na svakom svojstven način reagiramo na njegovu ili njezinu smrt. Poticaje da reagiramo također dobivamo prvenstveno iz medija koji nas u trenutku smrti slavne osobe obasipaju najrazličitijim sadržajima o njima; tada se susrećemo s kompilacijama njihovih najboljih i najpopularnijih djela, njihovim biografijama, pojedinostima o odnosima s njima najbližim osobama itd.

U trenutku kada sam saznala da je hrvatska glumica Dolores Lambaša preminula u automobilskoj nesreći bila sam u društvu prijatelja koji je konstatirao kako će je od sada svi *podizati u nebesa* i govoriti da je bila izvrsna glumica. U 2013. godini ona je javnosti bila najpoznatija po turbulentnim i nekonvencionalnim ljubavnim vezama, a odjednom će, kako je tvrdio moj prijatelj, postati jedna od najboljih hrvatskih glumica. Zašto? Tko će je proglasiti takvom? Kako će tu tvrdnju opravdati?

Razmišljajući o navedenom događaju, shvatila sam kako je moj prijatelj u popularnoj kulturi uočio obrazac koji se neprestano ponavlja. Glorifikaciju slavne osobe koja se događa u

trenutku njene smrti nije uočio medijski stručnjak ili teoretičar kulture, nego prosti promatrač i konzument popularne kulture. Obrazac je dakle evidentan i vidljiv svima, stoga sam htjela saznati na koji se način on ostvaruje i manifestira. Namjera s kojom sam krenula u ovaj rad bila je uvidjeti na koji način i kojim metodama mediji glorificiraju i kanoniziraju slavnju osobu nakon njene smrti. Moj je glavni zadatak utvrditi da postoji zajednički narativ koji obuhvaća sve preminule slavne osobe te ukazati kako je on neovisan o njihovom spolu, dobi, profesiji, uzroku smrti ili bilo kojoj drugoj varijabli koja utječe na njihovu medijsku reprezentaciju. Taj krovni zajednički narativ koji reprezentira medijski konstruiran društveni pijetet za slavnim osobama nazvala sam nekropoetikom. Termin nekropoetike prvenstveno se veže uz beletrističke tekstove koji tematiziraju smrt i iskustva koja nakon smrti slijede, no ja ga koristim kao pojam koji definira sustav vrijednosti koji mediji pridaju preminulim poznatim osobama. Jer doista se radi o određenom načinu pisanja i predstavljanja, tj. o poetici.

Cilj mog rada je potvrditi na primjeru popularne kulture prezentirane u hrvatskim medijima praksu kanonizacije preminulih slavnih osoba, uvidjeti kako se i zašto na taj način prezentiraju preminuli slavni. Navedeno ću ostvariti analizom jednog segmenta popularne kulture, tekstova koje o slavnima objavljuje portal dnevnih novina Večernji list. Svoju sam pozornost usmjerila proučavanju medija jer su upravo internetski portali postali primarna instanca preko koje konzumiramo popularnu kulturu. Odlučila sam prikazati internetski sadržaj jer smatram kako upravo online platforma preuzima primat u suvremenoj popularnoj kulturi i njenim reprezentacijama, a tekstovi koje ću analizirati protežu se od listopada 2007. godine do prosinca 2016. kako bih na primjeru četvero preminulih hrvatskih slavnih osoba pokazala u kojoj se mjeri narativ popularne kulture postupno prebacio u sferu interneta. Slavne osobe koje tematiziraju analizirane članke izabrala sam nasumično, ali sam htjela u analiziranu građu unijeti što je moguće više raznolikosti. Stoga sam obradila članke koji tematiziraju Tošu Proeskog, Dolores Lambašu, Arsena Dedića i Žuži Jelinek te na taj način dobila uvid u tekstove koji se bave osobama iz različitih profesija, različite dobi i spola, te osobe koje su umrle pod različitim uvjetima u periodu od devet godina.

Da bih ostvarila navedeno, proučila sam što zapravo čini popularnu kulturu. U sljedećem poglavlju rada predstaviti ću upravo instance koje tvore popularnu kulturu i pomnije ih objasniti kako bih se već u idućem poglavlju mogla dotaknuti raznih teoretičara i istraživača te njihovih teorijskih postavki koje tematiziraju smrt u popularnoj kulturi. Prije predstavljanja građe koju sam istraživala predstaviti ću metodu kritičke analize diskursa koja

je bila temeljna znanstvena metoda mog istraživanja te se kratko osvrnuti na internet kao svojevrsni teren mog rada. Potom slijedi prezentacija građe objava internetskog portala o navedenim preminulim slavnim osobama u kojoj se kroz različite kategorije objelodanjuje nekropoetički narativ.

2. POPULARNA KULTURA

2.1. Počeci popularne kulture

Fenomen koji ću u radu nazivati popularnom kulturom prepoznatljiv je i pod mnogim drugim nazivima kao što su *estrada*, *svijet poznatih i slavnih*, *celebrity kultura* itd., a njihovi akteri nazivaju se *celebityima* ili *zvijezdama*, no ja ću ih tokom rada oslovljavati kao slavne ili poznate osobe (također ću koristiti termin *celetoid* o kojem će kasnije biti više riječi).

Definirati popularnu kulturu u nekoliko sveobuhvatnih rečenica, pogotovo u današnje doba masovnih medija i globalne povezanosti, čini se jednako komplicirano kao definirati kulturu uopće. Zapravo, mogućnost točne i potpune definicije popularne kulture postoji tek ako postoji i sveobuhvatna definicija kulture. Budući da trenutno tome nije tako, izbjeći ću Sizifov posao definiranja pojma na način da ću kroz svoj rad pokušati prikazati djelić popularne kulture koji bi nam mogao malčice približiti njezino razumijevanje, no mislim da će nam pomoći ako pokušamo sagledati njene početke. Do razvoja tzv. industrije zabave dolazi u 19. stoljeću kada se ograničava radno vrijeme radnika (usp. Masse prema Vukadinović 2013:49). Kada je zakonski određeno koliko radnik maksimalno smije raditi, otvara se pitanje što raditi kada se ne radi te se pojavom koncepta slobodnog vremena razvijaju različiti načini kako ga provesti. Tako u tom vremenskom razdoblju nastaje pregršt popularnog štiva, kazalište dobiva širu i raznolikiju publiku itd.; produkt u ponudi provođenja slobodnog vremena trebao je biti prilagođen potrošaču, njegovim, prije svega, socijalnim kompetencijama.

Ipak, zagrebemo li dublje, otkrit ćemo kako se popularna kultura u svom punom obliku javlja i mnogo ranije. Maja Vukadinović nam navodi primjer kako je prva „prava“ poznata osoba bio Aleksandar Veliki u 4. stoljeću prije Krista (usp. 2013:40). Elizabeth Barry s druge strane ukazuje na razvoj (može se reći) štovanja određenih individualnosti; u početku su to bila mitološka bića i heroji, zatim kršćanski sveci pa plemići, te u vrijeme prevladavanja romantizma slika štovanog mijenja se u plemenitog čovjeka građanskog podrijetla koji je

izrastao na herojima francuske revolucije (usp. 2008:253). Ona nam također navodi kako su u 19. stoljeću mračne priče postale popularne i tražene, o sablasnim bićima, kriminalcima i serijskim ubojicama za koje također možemo reći da su imali status poznate osobe. Možemo stoga zaključiti kako se tokom cijele povijesti javljaju osobe i događaji koji su poticali zanimanje na jednak način kakav vidimo kod suvremenih popularnih zvijezda i njihovih obožavatelja.

Kao što smo vidjeli, *celebrity* osobe nisu produkt popularne kulture 20. stoljeća kako se većinom običava misliti, jer poznate osobe vežemo još uz francusku revoluciju, romantizam, viktorijansku znanost itd. (usp. Barry 2008:252). Slavne osobe kao konstruktivne kategorije u akademskom se krugu počinju proučavati sredinom 20. stoljeća, a takvima ih smatramo i u današnjim istraživanjima (usp. Vukadinović 2013:28). Očigledno je da popularna kultura nije vezana samo uz suvremeno društvo, iako se možda upravo u suvremenom društvu najviše vide njeni odjeci. Ipak, popularna kultura predmet je istraživanja mnogih grana znanosti poput kulturalnih studija, studija filma i televizije, studija medija, lingvistike, antropologije, povijesti umjetnosti itd. (usp. Barry 2008:253). Popularna kultura očigledno čini velik dio naše kulture, iako je mnogi smatraju trivijalnom, zatupljujućom, banalnom i površnom, ona nesumnjivo zauzima velik dio svakodnevnog prostora, kako kolektivnog tako i na bazi pojedinca te upravo zbog toga zavrjeđuje akademski interes. Što god izaziva tako velik odjek u društvu, vrijedno je antropološkog istraživanja. Za razliku od kršćanskih svetaca, sada se promiču novi heroji koji imaju upitan moral, koji su okorjeli karijeristi i koji nisu štovani zbog svojih dobrih djela, nego zbog društvene moći koju posjeduju (usp. Harris 2008:619).

2.2. Slavne osobe i mediji kao tvorci popularne kulture

Nakon što smo utvrdili da popularna kultura nije novitet suvremenog doba i da je slavnih osoba bilo nebrojeno tijekom povijesti, možemo pokušati tu istu slavu osobu sagledati, kako kaže Vukadinović, kao konstruktivnu kategoriju. „Najopštije, zvezda se može definisati kao harizmatična slavna ličnost koja privlači pažnju masovne publike“ (Vukadinović 2013:15). Uzimajući u obzir ovu definiciju, lako možemo Aleksandra Velikog tumačiti kao *zvijezdu*, isto kao i Aristotela, Isusa Krista, Galilea Galileija, Lorda Byrona, Jacka Trbosjeka, Charlesa Darwina, Harrya Houdinija, Adolfa Hitlera i tako do unedogled. Ovako široko određen pojam dvosjekli je mač; iako barem u nekim crtama omeđuje ono što

tražimo, ne pomaže nam previše ako pokušamo uvidjeti što doista čini poznatu osobu. Ono što Vukadinović naziva zvijezdama ne čini samo karizma i pažnja široke publike. Wolfgang Amadeus Mozart i Marilyn Monroe, Zlatan Stipišić Gibonni i Michael Jackson, Silvio Berlusconi i Bill Gates; svi su oni karizmatične slavne osobe čiji životi interesiraju mnoge, ali opet se u suštini razlikuju. Razlikuje ih prije svega polje, prostor i vrijeme njihova djelovanja. Postavljam stoga pitanje, što u našem društvu određuje poznatu osobu?

Nekolicina autora u svojim radovima slavne osobe veže uz kategoriju moći. Francesco Alberoni tvrdi kako u društvu postoje dvije vrste elita: jedna grupa koja ima „političku, ekonomsku ili religijsku moć“ i druga kojima je „institucionalna moć vrlo ograničena ili nepostojeća“ (Alberoni prema Vukadinović 2013:65). Vukadinović se na navedenu podjelu nadovezuje tako da slavne osobe smješta u drugu skupinu elita koje nemaju institucionalnu moć, ali ih naziva specifičnom elitom jer posjeduju brojne društvene privilegije i utjecaje (usp. 2013:11). Ako za skupinu elite koja posjeduje određene institucionalne funkcije možemo reći da posjeduju direktnu moć, smatram da za drugu skupinu elita možemo tvrditi kako posjeduje indirektnu, sugestivnu moć. Ipak, razmislimo li malo, takva podjela nije jednostavna kako se možda naizgled čini. S jedne strane određene slavne osobe izrazito su aktivne na polju politike, ekonomije, društvenih pokreta i sl. Sjetimo se samo da su neke poznate osobe iznimno politički aktivne, kao Bono Vox ili Angelina Jolie. Takvi pojedinci ne ovise isključivo o svom utjecaju, već imaju izrazito jaku pokretačku snagu i, štoviše, direktnu moć. S druge pak strane i današnji političari su *karizmatične slavne osobe koje privlače pažnju masovne publike*, oni djeluju institucionalno i dio njihove moći počiva na mogućnosti da kreiraju institucionalne politike, ali dio njihove moći također počiva u neinstitucionalnom djelovanju. Npr. Barack Obama imao je direktnu izvršnu moć, a imao je također status poznate osobe. Alberonijeva podjela elita preopćenita je da bi se mogla primijeniti na razlikovanje poznate osobe od one koja to nije. Velika većina slavnih kultivira ogromnu količinu moći koja se sastoji od mogućnosti utjecanja na druge, direktnog djelovanja i odlučivanja te mnogih sličnih načina društvenog angažmana.

Ustanovili smo dakle kako poznate osobe ipak imaju određeni stupanj moći. Naravno, poznate osobe međusobno se razlikuju te se tako razlikuje oblik i, ako možemo tako reći, količina moći koju kultiviraju ovisno o polju djelovanja, ugledu, iskustvu, itd. Željela bih na ovom mjestu naglasiti jednu distinkciju koju je potrebno uzeti u obzir u studijama o popularnim osobama. Radi se o prečestom izjednačavanju poznatih osoba u istraživanjima koja ne uzimaju u obzir razliku (ili je barem ne spominju) između poznatih koji su bogato

iskustvo i izniman ugled stekli napornim i požrtvovnim radom i onih koji su dobili svojih *pet minuta slave*, tj. onih koji su poznati isključivo zbog svoje medijske eksponiranosti. Smatram da je u istraživanja potrebno uvesti razlikovanje tradicionalnih slavnih osoba i onih, nazovimo ih ovdje netradicionalnih. Etablirane slavne osobe vežemo prvenstveno uz konvencionalnu umjetnost, poglavito uz glumu, dok za ove druge koje često tumačimo kao produkte današnje popularne kulture i popularnih medija ne možemo jasno odrediti polje djelovanja. Uz ovako bitnu razliku nikako ne možemo pristupiti istraživanju različitih poznatih osoba na jednak način, ne možemo Meryl Streep proučavati jednako kao Kim Kardashian. Hajrudin Hromadžić razlikuje „stare ili tradicionalne zvijezde“ i „selebritije“; za prve navodi kako su status stekli isključivo svojim radom te nakon njih ostaje konkretan uradak (film, knjiga, album), dok drugi nemaju takvu pozadinu (usp. 2014:45), iako na drugom mjestu napominje kako medijske natpise koji prodaju tabloide možemo gledati kao produkt selebritija (usp. 2014:47). Ako pak i jedni i drugi imaju stanovit produkt svojeg rada, po čemu ih razlikujemo? Vukadinović je također jedna od autorica koja se usputno pozabavila razlikovanjem tradicionalnih slavnih osoba i celetoida. Celetoid je termin koji je preuzela od britanskog sociologa Chrisa Rojeka koji tvrdi da su to: „sporedne pojave u medijskoj kulturi, kao što su dobitnici na lutriji, muzičari koji su se proslavili jednim hitom, junaci rijaliti šou programa, starlete, partneri javnih ličnosti i razne druge osobe koje zavređuju medijsku pažnju vrlo kratko i bivaju brzo zaboravljene“ (Rojek prema Vukadinović 2013:19). Iako naravno postoje iznimke koje ne odgovaraju postavljenoj definiciji, ona je dovoljno obuhvatna da razdvoji tzv. *instant zvijezde* od uglednih umjetnika, filantropa, poslovnih osoba itd. te ću stoga pojam celetoid koristiti dalje u radu prema definiciji koju je navela Vukadinović u opreci prema, kako ću ih nazivati, etabliranim ili tradicionalnim slavnim osobama.

Mnogi konzumenti popularne kulture u većini slučajeva i dalje smatraju kako su sve poznate osobe iste, tj. mnogi zanemaruju njihov trud i rad, smatraju da ništa ne rade, da su rođeni s razvijenim i formiranim talentom te da se trebaju samo pojaviti da bi nešto odglumili, otpjevali, napisali (usp. Harris 2008:623). Upravo o radu poznatih osoba govori Anne Helen Petersen koja navodi da najuspješnije poznate osobe pripadaju među dvije oprečne struje: one svoj rad ili čine izrazito vidljivim i pozivaju na poštivanje tog rada i cjelokupnog aparata popularne kulture ili ga u potpunosti zakrivaju pridonoseći time iluziji potpunog bogomdanog talenta (usp. Petersen 2014). O percepciji rada slavnih osoba govorit ću još kasnije u tekstu kada ću se osvrnuti na komentare članaka o preminulim slavnim osobama jer su jasno bile

vidljive oprečne pozicije od kojih se jedna zalaže za poštivanje rada slavnih osoba, a druga ga u potpunosti trivijalizira i negira.

Svejedno radi li se o etabliranim poznatim osobama ili celetooidima, kada govorimo o slavnima, onda govorimo o performativnim identitetima (usp. Hromadžić 2014:47). Većina autora naglašava kako popularne osobe egzistiraju u, ili bolje rečeno između, dva svijeta od kojih je jedan, kako kaže Barry, luksuzan, bogat, pun putovanja, skupe odjeće i neprestanog večeranja bez debljanja, a drugi je kao i naš, privatn, prožet odnosima s bliskim osobama (usp. Barry 2008:254). Vukadinović navodi da je dihotomija u tome da su oni obični ljudi poput svih nas, ali su istovremeno izuzetni, posebni pojedinci (usp. 2013:26). Daniel Harris pak istu dihotomiju promatra s očista tjelesnosti, prema njemu slavni imaju simboličko ili ceremonijalno tijelo kojim se predstavljaju, to je ono tijelo na crvenom tepihu, a fizičko tijelo je ono koje se skriva od medija, nosi trenirku, velike sunčane naočale, nastoji biti nezapaženo (usp. 2008:616). Dualnost života i tijela poznatih osoba razumljiva je ako u obzir uzmemo njihovo zanimanje. Oni i jesu, kako Vukadinović kaže, obični ljudi poput svih nas, ali se bave takvim poslom koji iziskuje medijsku eksponiranost prvenstveno u svrhu promocije. Oni su istovremeno i simboličko ili ceremonijalno tijelo koje se pojavljuje kako bi prodalo sebe kao proizvod (glumac na prikazivanju svog filma ili model u modnom editorijalu), ali i osobno, privatno tijelo koje se rijetko razotkriva. To je svijet koji egzistira na medijskoj pokrivenosti i izmjeničnoj skrivenosti. Drugi je svijet u kojem djeluju poznate osobe u potpunosti privatn, odvojen od javnosti te teži skrivanju od kamera. Tako primjerice čak i u slučaju *reality* programa koji se poigrava s prividom miješanja privatnog i javnog, možemo, iako teže no inače, odvojiti fizičko i simboličko tijelo, odnosno javan od privatnog života. Bilo kakva situacija koja je konstruirana da bi oponašala privatn život poznate osobe i dalje pripada simboličkom tijelu, onom koje se s namjerom prikazuje. Stoga bi uz javan i privatn život slavne osobe, nadodala još jednu kategoriju: isceniranu privatnost. Pod navedeno spadale bi sve prezentacije koje konotiraju i konstruiraju prividan privatn život slavne osobe namijenjen medijskoj eksponiranosti. Iscenirana privatnost hibrid je javnosti i privatnosti slavne osobe, njenog ceremonijalnog i fizičkog tijela, koji nastaje u svrhu komercijalizacije i eksploatacije imidža slavne osobe. Uz sveprisutne društvene mreže kojima se slavni koriste za samoprezentaciju, ova kategorija danas nam je posebno bliska iako nije suvremeni proizvod jer je možemo vezati uz same početke medijskog interesa za popularnu kulturu.

Javnost, iscenirana privatnost i *prava* privatnost slavne osobe zanimljive su medijima. Privatn život može se naći pred kamerom ili objektivom, najčešće u slučaju paparazza koji

prodiru u privatnost slavnih i bilježe njihovu isceniranu privatnost. Otkrivanje fizičkog tijela i privatnog života poznate osobe dio je današnje popularne kulture, a demaskiranje i dekonstrukcija ceremonijalnog tijela postao je jedan od oblika zabave (usp. Harris 2008:616). Općenito su za suvremeni status popularne kulture i slavnih osoba zaslužni prvenstveno mediji. Oni su ti koji su, možemo reći, stvorili popularnu kulturu u obliku kakvog danas prepoznajemo. Hajrudin Hromadžić ukazao je na bitan utjecaj medija u kreiranju realnosti i kulture kakvom ju doživljavamo u knjizi *Medijska konstrukcija društvene zbilje: socijalno-ideološke implikacije produkcije medijskog spektakla* (2014). Autor koji se već dugi niz godina bavi proučavanjem medija navodi kako:

„iz medijskih studija već desetljećima znamo da mediji nikako nisu samo puki čimbenik prijenosa informacija, [...] nego aktivno sudjeluju u konstrukciji društvene, političke, ekonomske, kulturalne i svake druge realnosti, ali su istovremeno i proizvod tih realnosti“ (2014:18).

Hromadžić u radu postavlja i bitno pitanje: „Odražavaju li mediji naprosto već postojeću (društvenu) stvarnost ili je slika realnosti posljedica medijske konstrukcije događaja na koje se mediji svojom produkcijom sadržaja oslanjaju? Drugim riječima, mogu li mediji zapravo mijenjati realnost?“ (Croteau i Hoynes prema Hromadžić 2014:26). Na primjeru popularne kulture pokušajmo zamisliti naslovnice tabloida: najnovije zabavne vijesti koje nam donose često su neutemeljena nagađanja o životima slavnih nastala kako bi se prodao časopis i popunilo nekoliko stranica. Takvom viješću stvara se potreba praćenja daljnjeg razvoja događaja te nastaje cjelokupna medijska priča koja često nije zasnovana na činjenicama. Veliku ulogu u prezentaciji onoga što se *možda dogodilo* imaju ranije spomenuti paparazzi fotografiji koji djeluju na tri razine: „neprestano insceniranje zakulisnih skandala; stvaranje artificijelnih figura; te brisanje granice između privatnosti i javnog djelovanja“ (Hromadžić 2014:45). Paparazzi su dakle oni koji nastoje proniknuti u pravi privatan život slavne osobe i prikazati njihovo fizičko tijelo. Naravno, mediji popularne kulture funkcioniraju na način da pokušavaju zadovoljiti i povećati potražnju svojih konzumenata, no zaključujem da „stručnjaci i društvene elite više nemaju kontrolu nad konstruiranjem znanja; to sada većinom određuju i prenose popularni mediji“¹ (Barry 2008:251).

¹ Prijevod autorice: „No longer do experts or social elites control what constitutes knowledge; this is now largely established and communicated by the popular media themselves“ (Barry, 2008:251);

2.3. Konzument popularne kulture kao njen temelj

Mediji možda jesu samo reprezentacija, ali na određene pojedince imaju velik utjecaj jer ih smatraju realnošću. Besmisleno je baviti se pitanjem što je realno, a što nije; fokus bi se stoga trebao prebaciti na aktere koji medije konzumiraju (usp. Cashmore prema Hromadžić 2014:44). Aktere koji konzumiraju medije popularne kulture i koji se istoj dive možemo nazvati obožavateljima (eng. *fans*). Obožavatelji bi bili oni koji svakodnevno otvaraju internet portale kako bi provjerili što je novo u *svijetu poznatih i slavnih*, oni koji kupuju različite proizvode koji su na bilo kakav način povezani sa *celebrity* kulturom, oni koji čekaju i po nekoliko sati kako bi bar na trenutak vidjeli zvijezdu kojoj se dive. Obožavatelj može biti i netko tko svoje poštovanje ukazuje radu određene osobe, a ne nužno osobi samoj. Pojam obožavatelj je izrazito širok, pokriva najrazličitija značenja i vezuje se prvenstveno uz samog pojedinca koji *obožava* nekoga ili nešto. To je termin koji je u znanstvena istraživanja ušao upravo iz popularne kulture i gotovo je nemoguće odrediti ga, no ipak zauzima velik dio u proučavanju popularne kulture jer smatram da istovremeno označava recipijenta i tvorca iste. On je taj za čiju se naklonost poznate osobe eksponiraju, njemu su upućeni mediji. On je, uz poznate osobe i medije, sastavni dio popularne kulture.

Obožavatelj se s onim što ga o/u popularnoj kulturi zanima nastoji što više informirati, on će npr. znati kada je rođen određeni glumac, ali to isto neće znati o svom susjedu. On pokušava saznati što više informacija o filmu ili pjevaču koji mu je drag kako bi na taj način opravdao (slobodno se može reći) svoju ljubav. Pojedinci često osjećaju kako na određenoj razini poznaju slavu osobu, kako se s njom mogu poistovjetiti iz određenih razloga. Donald Horton i Richard R. Wohl takav odnos koji se manifestira iluzijom intimne povezanosti između pojedinca i medijski poznate osobe nazivaju parasocijalnim odnosom (eng. *parasocial relationship*) (usp. 1956:217). Radi se dakle o poistovjećivanju pojedinca s poznatom osobom na osnovi informacija koje pojedinac o poznatoj osobi može imati. S glumcem se možemo povezati na osnovi likova koje glumi, s pjevačem se povezujemo na osnovi stihova koje pjeva, iako ih on sam možda nije napisao ni uglazbio. U današnje vrijeme takva se veza može još više produbiti zahvaljujući velikom utjecaju društvenih mreža u kojima pojedinac može iz prve ruke vidjeti kako izgleda život slavne osobe (usp. Bloch i Radford 2012:139).

Poistovjećivanje s poznatima često je oblik nekritičkog preuzimanja informacija iz medija i društvenih mreža. Mnogi obožavatelji ne uzimaju u obzir da slavne osobe imaju tim PR stručnjaka koji pomno kreiraju svaki medijski istup slavne osobe. Također, i sami mediji mogu preinačiti objavljene informacije u oblik koji će potaknuti veću tiražu i potrošnju. Tako

do krajnjeg konzumenta zapravo dolazi konstrukt, a ne osobnost slavne osobe. Taj krajnji konzument, obožavatelj, preuzima dostupne informacije iz medija te i on sam konstruira percepciju slavne osobe s kojom se poistovjećuje. Karakter onog obožavanog, u ovom smislu slavne osobe, odraz je onoga koji obožava (usp. Harju 2014:127).

Slijepim preuzimanjem popularne kulture bavi se Chris Hedges u knjizi *Carstvo opsjena. Kraj pismenosti i trijumf spektakla* (2011). Kroz prizmu reality programa, profesionalnog hrvanja i pornografije autor nas upoznaje s popularnom kulturom Sjedinjenih Američkih Država i njenim društvenim odjecima. On tvrdi kako su *celebrity* osobe nadomjestak našeg „Ja“ jer oni čine ono što mi ne možemo (usp. 2011:16) te da „vlastite živote mjerimo po onima kojima se divimo na zaslonu [...]. Nastojimo biti poput njih“ (2011:28). Hedges smatra da zatupljujuća trivijalnost popularne kulture konstantno raste i polako preuzima ostale dijelove društvenog života. Kaže da smo „svoju [...] kulturu preinačili u golemu repliku Pinocchijeva Otoka sreće, na koji dječake privlače obećanjima kako neće morati u školu i kako će uživati u beskrajnim zabavama“ (2011:60). Hedges se u svom djelu prvenstveno bavi celetoidima. On kritizira zvijezde reality programa zbog njihove ispraznosti i očajnog pokušaja zadržavanja medijske pozornosti, a ne obraća pažnju na umjetnička djela koja u popularnoj kulturi nastaju i poznate osobe koje ih stvaraju. Kada npr. govori o glumcima, onda govori samo o njihovom pojavljivanju na crvenom tepihu i poziranju pred fotoaparatima, a ne naglašava da je taj glumac na crveni tepih došao kako bi promovirao svoj novi film ili predstavu koju je dugotrajno i mukotrpno snimao. Također navodi kako „profesionalno hrvanje postaje popularno upravo zato što želimo da nas se zaluđuje, da nam se laže i da nas se dovodi u zabludu“ aludirajući time na teatralnost i namještenost rezultata meča (usp. 2011:16). Iako je dobar dio industrije zabave formiran upravo oko stvaranja zablude, ono ne mora nužno biti isprazno i trivijalno. Mnogi će kazališni teoretičari naglašavati kako je svrha teatra da nas zaluđuje, laže i dovodi u zabludu, no ta kazališna konvencija ni na koji način ne umanjuje vrhunska ostvarenja koje je kazalište iznjedrilo. Naravno, nisu ni svi konzumenti popularne kulture samo slijepi preuzimatelji danih informacija, već ih pojedinačno obrađuju i kritički promišljaju. Hedgesova kritika prvenstveno je upućena celetoidima koji su slavni samo zbog toga što su slavni te čije karijere ohrabruju ostale da medijskim eksponiranjem također zavrijede status slavne osobe, tj. celetoida. On ne odobrava potpuno i nekritičko uranjanje u svijet popularne kulture, proziva nametljivost i ispraznost navedenog.

„U 1984. [...] ljude se kontrolira nanošenjem boli. U *Vrlom novom svijetu*, kontrolira ih se izazivajući u njima ugodu. Ukratko, Orwell je strahovao da će nas uništiti mržnja. Huxley je strahovao da će nas uništiti ono što volimo.“ (Postman prema Hedges 2011:55).

Ipak, smatram da je točnija ona analogija konzumenta popularne kulture s Emmom Bovary. Emma je prilikom čitanja svojih popularnih ljubavnih romana bježala od stvarnosti u kojoj se nalazila, no iako se u što većem stupnju pokušavala identificirati s likovima o kojima je čitala, uvijek je bila svjesna u kolikoj se mjeri njen život razlikuje od onog o kojem čita (usp. Dragičević Šešić prema Vukadinović 2013:143).

Kada govorimo o poistovjećivanju sa slavnim osobama, zanimljiv je rad Jamesa Hourana, Rense Lange i Lynn E. McCutcheon. Oni su naime sastavili upitnik pod imenom *Celebrity Worship Scale* koji se sastoji od niza pitanja iz čijih se odgovora može utvrditi na kojoj se razini ispitanik poistovjećuje s poznatom osobom (usp. 2011:118). Pitanja se bave različitim aspektima odnosa pojedinca sa slavnima, od toga kako pojedinac percipira omiljenu slavnju osobu do toga bi li pojedinac žrtvovao svoj život da je spasi itd. Rezultate upitnika svrstali su u tri razine; prva je zabavno-društvena razina (eng. *entertainment-social stage*) koja označava pojedinačno uživanje rada omiljene slavne osobe te informiranje o njoj iz razonode; druga razina je intenzivno-osobna (eng. *intense-personal stage*) u kojoj pojedinac svoja znanja i iskustva vezana uz omiljenu slavnju osobu proširuje i izmjenjuje s drugim obožavateljima koji dijele njegov interes; a najviši stupanj obožavanja predstavlja granično-patološka razina (eng. *borderline-pathological stage*) koja se sastoji od pretjerane identifikacije i empatije prema slavnoj osobi (usp. Houran, Lange i McCutcheon 2011). Zanimljivo jest to što treću fazu određuje, između ostalog, pitanje: „Kada meni omiljena slavna osoba umre (ili je umrla), ja ću se osjećati (ili sam se osjećao/la) kao da sam mrtav/mrtva“² na koje ispitanik ima mogućnost izabrati ponuđene odgovore od 1: u potpunosti se ne slažem do 5: u potpunosti se slažem (usp. Houran, Lange i McCutcheon 2011:121). Svi koji su upoznati s popularnom kulturom barem se u nekim crtama poistovjećuju s određenim slavnim osobama, no ovoliki stupanj identifikacije s preminulom slavnim osobom dostiže zabrinjavajuću razinu. Stoga ću u slijedećem poglavlju pažnju posvetiti smrti slavnih osoba i njenim odjecima u popularnoj kulturi.

² Prijevod autorice: „When my favourite celebrity dies (or died), I will feel (or I felt) like dying too.“ (Houran, Lange i McCutcheon 2011:121).

3. SMRT U POPULARNOJ KULTURI

3.1. Što sa slavnom osobom nakon smrti

Konzumenti popularne kulture prema slavnim osobama osjećaju stanovitu povezanost koja može biti zasnovana na respektiranju i uživanju njihova rada ili na poistovjećivanju s okolnostima njihova života. Ta posebna veza koju ne možemo u potpunosti definirati ne prestaje nakon smrti slavne osobe, već se dodatno intenzivira. S obzirom na to da su nas slavni navikli da ih gledamo za života, tu radnju ponavljamo i kad oni umru (usp. Foltyn prema Davies 2010:139).

Osobno, većina meni dragih slavnih osoba je mrtva, a neke su život izgubile i prije nego je moj počeo. Kako onda objasniti povezanost s Freddiejem Mercuryjem koju osjećam dok slušam njegov glas, iako nikad nisam imala direktnog dodira s grupom Queen, nisam živjela u vrijeme njihova djelovanja, čak ni moji roditelji ne potječu iz okoline koja je odrastala na njihovoj glazbi? Kulturnom antropologijom nažalost ne možemo odgovoriti na ovo pitanje, no možemo proučiti reakcije društva i pojedinca.

Književnici, filozofi, povjesničari i razni kulturni teoretičari nas često uče kako smo u smrti svi jednaki; novac, odjeća, prijatelji, posao više nemaju utjecaja u smrti, već je osoba u njoj sama i ogoljena, baš kao i svi drugi. U trenutku smrti, poznata osoba nam je najbliža. Pritom ne mislim na medijsku hiperprodukciju sadržaja o preminuloj osobi kojom smo zatrpani sa svih strana. Smrt je trenutak u kojoj je poznata osoba baš poput nas, u tom se trenutku razvija posebna bliskost sa slavnima na osnovi tjelesnosti koja je za života činila razliku između nas i njih, a koja u smrti poništava sve navedene razlike jer, kako kaže Harris, i tijela slavnih stare, ćelave, debljaju se i na kraju umiru (usp. 2008:617). Starenje kao jedna od bioloških funkcija pogađa sve žive organizme i čini nas jednakima, ako ne za života, onda bar u smrti. Tako zaključujemo kako nije važno što su *oni* slavni, a mi nismo jer ćemo ionako završiti jednako. Također, slavna osoba nam slič i po tome što se u smrti vraća u naručje svoje obitelji, u svoj dom, u mjesto svojeg porijekla te više ne postoji kao eksponirano ceremonijalno tijelo (usp. Harris 2008:620). Iz javne domene njihovo fizičko tijelo vraća se u privatnu.

U trenutku smrti slavne osobe javnost razvija različite strategije objašnjavanja njihove smrti i smišlja načine kako se nositi s njome. Ako se radi o slavnima u starijoj životnoj dobi, teško se pomiriti s time da je umrla osoba koja je odredila i obilježila tolike naraštaje društva. Ako se radi o slavnima koji su poginuli u mlađim godinama, donosimo najrazličitije

fatalističke ili fantastične zaključke s opravdanjima da je to bila njihova sudbina, da drugačije nisu ni mogli završiti život, što se moglo vidjeti na primjeru Amy Winehouse ili Kurta Cobaina. Poznato nam je da se katkad javljaju neprekidne teorije zavjere koje nastoje dokazati kako poznate preminule osobe uopće nisu preminule, već su iscenirale svoju smrt kako bi se povukle od medijske eksponiranosti. Na taj se način smrt slavne osobe konstruira jednako senzacionalistički kao i njen život. Slavna osoba toliko je infiltrirana u našu društvenu svakodnevicu da je gotovo nemoguće percipirati da je nema. U takvim slučajevima iscenirana medijska smrt ima svrhu povlačenja u privatnost kako bi slavne osobe vodile miran život, jer oni zapravo žele živjeti kao mi, a ne obrnuto (usp. Harris 2008:622). Ipak, iako tijelo zvijezde više nije eksponirano, njegovo ime i djelo dobivaju novi život u javnoj sferi i medijima.

Koji se procesi odvijaju kada slavna osoba umre? Mediji nas obavještavaju o njihovoj smrti, uzrocima i okolnostima smrti te reakcijama njima najbližih. Javnost se u tim trenucima okreće utjesi djece preminulog (usp. Harris 2008:620), kao što je na primjer bio slučaj nakon smrti Michaela Jacksona ili Whitney Houston. Zatim smo obasipani hommageima njihove karijere, radio postaje neprestano emitiraju njihove najbolje pjesme, na televizijskim programima prikazuju se kulturni filmovi u kojima su glumili, objavljuju se nova izdanja knjiga koje su napisali, o njima se snimaju dokumentarni filmovi itd. Nakon smrti slavne osobe, mediji obasipaju javnost mnoštvom informacija o životu preminule osobe, o njihovim, kako ih mediji često nazivaju, usponima i padovima, o teškim životnim okolnostima koje su mukotrpnim radom nadišli i uspjehu u karijeri kojeg su postigli usprkos svim zaprekama. Ako je slavna osoba bolovala od neke bolesti, podiže se svijest o toj bolesti, ako je poginula u prometnoj nesreći, upozorava se na opreznost u prometu, ako je osoba umrla u dubokoj starosti, napominju se generacije koje su stasale uz njen rad. Iznenađna smrt već poznatih zvijezda odmah izaziva hiperprodukciju počasnih albuma njima u čast, a izvođači koji za života nisu imali veliki broj obožavatelja, nakon smrti broje ih sve više i više (usp. Lee Cooper 2005:230). Smrt poznatih osoba danas rezultira valovima masovne histerije (usp. Harris 2008:617), a smatram kako do toga dolazi upravo zbog neprestane izloženosti narativima o preminuloj slavnj osobi.

Kako mediji prezentiraju smrt slavnih? Prvenstveno javljaju vijest o smrti, koliko je osoba imala godina, kako je umrla, te se napominju njena najvažnija ostvarenja u polju u kojem je djelovala. Zatim se u prvim danima donose reakcije najbližih, obitelji, prijatelja i kolega pa slijede pregledi njihova života i karijere, iznose se zanimljive činjenice koje nam prije nisu bile poznate jer ih je osoba pomno čuvala za sebe. Slijedi prenošenje vijesti o

sahrani preminule osobe itd. „Medijske reprezentacije smrti slavnih osoba lebde između potpirivanja morbidne želje da saznamo što više činjenica i okolnosti, ali bez prave prezentacije realnosti slike smrti“³ (Davies 2010:144). U ovom citatu uočavamo zanimljiv paradoks; koliko god neprestano pratimo reportaže i čitamo članke o preminuloj osobi te nastojimo saznati sve što možemo, prikazivanje mrtve slavne osobe bilo bi ipak previše uznemirujuće za javnost. Otkud nam onda i dalje želja da saznamo što više možemo, ako neke stvari kao društvo označavamo uznemiravajućim i direktnim?

3.2. Institucionalizacija preminule slavne osobe

Poznato nam je već da slavna osoba dobiva novi život nakon smrti. Njeno ime prerasta u simbol, sjećanje i postaje pojam opće kulture. Slavne se osobe nakon smrti gotovo sakraliziraju, postaju drugačijim entitetima s neizmjenjnom kulturnom i društvenom vrijednošću. Počinjemo ih slaviti, moguće je reći, u većoj mjeri nego je to bilo za njihova života.

„Smrt – a pogotovo preuranjena smrt – je ultimativno društveno otkrivenje u kultu slavnih. Usprkos žaljenju koje iskazujemo kada počine samoubojstvo ili se predoziraju, njihove sahrane zapravo stvaraju prilike za proslavu, festivale u kojima aplaudiramo njihovim zadnjim izvedbama, njihovim zadnjim ulogama...“ (Harris 2008:617)⁴.

Mnogo sam puta uočila kako sam u medijima popularne kulture češće viđala ime slavne osobe nakon njene smrti nego dok je još bila živa. Često se pisalo da je slavni pokojnik bio veliki umjetnik, iako ga se za života nije tako nazivalo. Znalo se dogoditi i da sam za poznatu osobu prvi put čula kada sam pročitala obavijest o njenoj smrti. Zašto preminuli dobivaju toliko medijskog prostora? Je li moguće da kao pojedinci želimo nadoknaditi vlastito opće znanje upoznavajući život i rad preminule osobe koji smo možda trebali poznavati i prije? Možda želimo saznati zašto se ta osoba toliko spominje u medijima i zaslužuje li ona, po našem mišljenju, tolike hvalospjeve?

³ Prijevod autorice: „Media representations of the death of celebrities hover between fuelling a morbid fascination to learn as much as possible regarding facts and circumstances, but without actually presenting the reality of death's visage.“ (Davies 2010:144).

⁴Prijevod autorice: „Death – in particular, a premature death – is the ultimate democratic epiphany in the cult of celebrity. Despite the long faces we pull when they commit suicide or O.D., their funerals actually provide opportunities for jubilation, festivals in which we applaud their last performance, their last role.“ (Harris 2008:617).

Kako god bilo, medijska konstrukcija slavne osobe nastavlja se i nakon njene smrti, a isto tako nastavlja se i njena produkcija. Slavna osoba je i nakon smrti dio šoubiznisa. S jedne strane, mjesta na kojima su sahranjene turistička su atrakcija kao *Hoolywood Forever Cemetary* na kojem su ukopani velikani Hoolywooda (usp. Hedges 2011:31). Posjet tom kompleksu liči na posjet tematskom zabavnom parku. S druge strane Samir Milla za portal Večernjeg lista piše o preminulim glazbenicima koji i dalje zarađuju od autorskih prava te spominje vrtoglave milijunske iznose na godišnjoj bazi (usp. Milla 2015). Za Michaela Jacksona, Elvisa Presleya, Whitney Houston, Boba Marleya od stranih te prvenstveno Dine Dvornika i Arsena Dedića od domaćih glazbenika navodi kako su „autori [koji, op.a.] i dalje žive u svojim djelima“ (Milla 2015). Fascinacija slavnim osobama ne prestaje nakon njihove smrti, nego tek počinje u izmijenjenom obliku. Isto se događa i s konzumacijom njihovih proizvoda. Njihove pjesme zauzimaju vrhove top lista, potražnja njihovih proizvoda premašuje mogućnosti njihove proizvodnje itd; ranije spomenuti Elvis Presley godišnje zarađuje preko pedeset milijuna dolara samo od prodaje specificiranih proizvoda u svom Gracelandu (usp. Radford i Bloch 2012:140). Ne možemo a da se ne zapitamo iz kojeg je razloga tako. Radford i Bloch daju nekoliko razloga koji bi opravdali taj fenomen; prvenstveno potrošač osjeća potrebu nadomjestiti izgubljeno kupnjom nekog simboličnog predmeta (usp. Richins prema Radford i Boch 2012:141). Također navode da pojedinci često potrošnjom veće svote novaca pokazuju privrženost (usp. Gabel et al prema Radford i Bloch 2012:141), ali zaključuju kako je smrt sama po sebi fascinantno nepoznata te zbog toga potiče na najrazličitija ponašanja (usp. Radford i Bloch 2012:141).

Zanimljivo je što se u slučaju smrti slavnih osoba one ne spominju u negativnom kontekstu. Mediji se ne osvrću na loše stvari kao što su eventualni skandali ili ilegalne radnje, loši filmovi i albumi itd. Fokus se u posmrtnim narativima usmjerava isključivo na ono dobro, jedinstveno i značajno. Svaka se negativna konotacija ili prešućuje ili ovlaš spomene uz određena opravdanja koja zapravo idu u korist samog preminulog. Takva izgradnja osobnosti, to medijsko konstruiranje zaslužno je što i slavna osoba koja za života nije bila omiljena među konzumentima popularne kulture, nakon smrti dobiva pozitivnu medijsku sliku. Naknadno ih se karakterizira kao neshvaćene u svojoj okolini te tako postaju dijelom rituala koji nastoje proširiti društvenu solidarnost (usp. Harris 2008:617). Cath Davies spominje primjer nogometaša Georga Besta koji je u medijima imao dvostruku prezentaciju koja se podjednako pratila; jedna je bila njegova nogometna virtuoznost i izvrsnost dok je druga bila borba s alkoholizmom i ostalim porocima, no tek je u trenutku njegove smrti primat preuzelo

predstavljanje Besta kao vrhunskog sportaša (usp. 2010 :143). Otkud ta tendencija da se o mrtvima govori samo najbolje kada tako nismo govorili za njihova života?

Isticanje pozitivnih značajki slavne osobe u trenutku medijskog praćenja njihove smrti dovodi nas dakle do stvaranja gotovo idealiziranog konstrukta u kojem se čak i eventualne loše osobine tumače u pozitivnom smislu. Na taj način mediji *institucionaliziraju* slavu osobu u popularnoj kulturi, daju joj status koji ona dosad vrlo vjerojatno nije imala. Rijetke su slavne osobe koje su bile toliko produktivne da su ih još za života mediji prozivali institucijama, kao što su na primjer Nelson Mandela ili, kako ćemo vidjeti kasnije u obradi građe, Arsen Dedić. Većina preminulih slavnih konačnu valorizaciju svojeg rada dobiva tek nakon smrti, kada je njen rad stao i kada se može sagledati u cijelosti. No i dalje ne možemo jasno odrediti prezentiraju li mediji, i ako je tako, iz kojeg razloga, rad određene osobe kao originalan, vrijedan, neponovljiv, gotovo kultan. Što se točno događa s ostavštinom slavne osobe kada ona umre?

„Činjenica da pisac ili umjetnik postane institucionaliziran i prisvojen od strane visoke kulture nakon njegove ili njezine smrti zapravo zasjenjuje i prikriva zvjezdani status koji su imali za života - skandale, interes za njihov privatan život, glasine. Njihov odnos prema društvu i njegovim kulturnim institucijama, često nelagodan ili direktno neprijateljski za života, nakon smrti se mijenja, kako [op.a.] vidimo u Byronovu primjeru. Ne samo da društvo odbija govoriti loše o mladim preminulima, nego često osjeća potrebu kanonizirati ih.“⁵ (Barry 2008:256).

Medijska reprezentacija preminulih slavnih osoba bitno je drugačija od one za njihova života jer zvjezdani ili celetoidni status kojeg su mediji isticali mijenja se nakon smrti. Odjednom, nakon smrti, osoba se više ne interpretira kroz svoje ljubavne veze, modne odabire ili pojavljivanja na mjestima gdje je trebala biti viđena, nego se interpretira prvenstveno kroz svoj profesionalan rad. Primat nad celetoidnim sastavnicama njihova javnog života preuzimaju uspjesi njihove profesionalne karijere iz koje se naravno ističu samo oni najblistaviji, najznačajniji primjeri, dok oni manje uspješni ili kritički lošiji radovi ostaju po

⁵ Prijevod autorice: „The fact of a writer or artist becoming institutionalized and appropriated by high culture after his or her death in fact eclipses and obscures the 'celebrity' status they had in their life – the scandals, the interest in their person, the gossip. Their relationship to society and its elite cultural institutions, often uneasy or downright hostile in life, changes in death, as [we, op.a.] see[...] happening in Byron's case. Not only does society resist speaking ill of the youthful dead, it often feels compelled to canonize them.“ (Barry 2008:256)

strani. Takvim procesom u kojem se iz narativa uklanja sve ono što je manje uspješno, trivijalno ili zanemarivo, a naglašava ono najbolje i najuspješnije, dolazimo do kanonizacije.

Sličnim se procesom bavi američki muzikolog B. Lee Cooper koji u članku „Tribute Discs, Career Development, and Death: Perfecting the Celebrity Product From Elvis Presley to Stevie Ray Vaughan“ proučava napredak popularne američke glazbe nakon smrti njenih autora i izvođača (usp. 2005). Kroz analizu počasnih glazbenih izdanja, Lee Cooper navodi kako se naglasak stavlja na bezvremenost određenih hitova koji u navedenim počasnim izdanjima dobivaju nove oblike i nova značenja. Zaključuje kako karijera preminulog izvođača nakon njegove smrti može samo napredovati jer više nema onih stavki koje bi je mogle unazaditi kao što su poroci, osobne veze, snimanje kritički nepodržane glazbe itd., zapravo sve potencijalne mane izvođača nestaju njegovom smrću (usp. Lee Cooper 2005:244). Kao što smo ranije spominjali, nakon smrti slavne osobe naglašavaju se njeni pozitivni trenuci i uspjesi, a prešućuju negativne komponente karijere, jednako kao što Lee Cooper kaže kako počasna glazbena izdanja brišu mane, a podižu samo uspjeh određenog izvođača (usp. 2005:244).

Vidimo kako i diskografske kuće uz medije i ostale tvorce popularne kulture podilaze kanonizaciji preminulih slavnih. Odnos medija i društva izrazito je kompleksan pa ne možemo zaključiti odgovaraju li mediji kanonizacijom preminulih slavnih na zahtjeve koje postavlja društvo ili društvo naprosto preuzima i prerađuje narative koje prezentiraju mediji. Nije moguće kompleksan odnos medija i društva postaviti u navedene krajnosti jer se prostor između sastoji od mnogo okolnosti i individualnih percepcija koje je potrebno proučavati isključivo na pojedinačnoj bazi. Ipak, neupitno je kako mediji selektivnim procesom rekonfiguriraju preminule poznate u njihovim vječnim, besmrtnim kvalitetama bez obzira je li poznata preminula osoba bila mlada ili u poodmakloj dobi (usp. Davies 2010:144). Smrt mlade osobe prezentira se kao tragedija bez obzira radi li se o iznenadnoj smrti ili borbi s bolešću te upravo navedena tragičnost podilazi i dodatno izgrađuje novonastali status slavne osobe. Ako se radi o već institucionaliziranoj slavnoj osobi, često starije dobi, njena simbolična veličina s vremenom raste, nanovo se ističe i potvrđuje. Poznate osobe koje su odavno prošle vrhunac svoje slave, javnost mole da ih ne pamte po skandalima, porocima, taštini; „to nam potvrđuje da medijske reprezentacije selektiraju pogodna očista kako bi generirala željene interpretacije“⁶ (Davies 2010:144). Zaključujemo kako mediji konstruiraju

⁶ Prijevod autorice: „This confirms how media representations select appropriate angels in order to generate preferred readings“ (Davies 2010:143).

nove, drugačije identitete slavnih pokušavajući ih predstaviti u idealiziranoj formi, često brišući negativne asocijacije u posthumnim medijskim narativima (usp. Davies 2010:144).

3.3. Društveno tugovanje za slavnim osobama

„Bell [...] smatra da je sjećanje 'društveno organiziran proces koji se oslanja na jezik i kulturne prakse kao načine na koje ljudi izražavaju svoje stavove i odnose prema preminulima' koji su više od skupa pojedinačnih sjećanja.“⁷(Bell prema Harju 2014:132).

Nakon smrti dolazi tugovanje ili žalovanje te prisjećanje i komemoriranje pokojnika. Isti se procesi odvijaju i nakon smrti slavnih osoba. Napomenula sam ranije kako mediji prenose detalje sahrana slavnih, svečanih i individualnih komemoracija te reakcije obitelji i kolega. Smrt značajne ili popularne osobe odmah potiče stvaranje zajednice koja žaluje (eng. *communities of mourning*), a čine ju stranci kojima je zajednička identifikacija s preminulom osobom u koju su vjerovali, kojoj su se divili; zajednica koja žaluje prvenstveno se sastoji od obožavatelja koji na značajna mjesta donose cvijeće ili osobne poruke (usp. Gibson 2007:1). U novije vrijeme prisutne su sveobuhvatne društvene mreže pa se izrazi sućuti i zahvalnosti objavljuju *online*. Takve zajednice nastoje stvoriti i održati sjećanje na određenu osobu. One pohode, organiziraju ili podržavaju najrazličitije komemoracije, koncerte, projekcije i ostale reprodukcije ili izvedbe koje komemoriraju preminulu slavu osobu i njen rad. Anu Harju navodi kako su upravo komemoracijski sadržaji manifestacija kulture i identiteta, ali svakom sudioniku imaju i individualno značenje (usp. 2014:130). Komemoracija neke slavne osobe dakle potiče pojedince na izražavanje emocija, ali i govori mnogo o našem društvu i kulturi. Zašto je komemoriranje osoba iz popularne kulture dio naše kulture i društva? Pretpostavljam da je tomu tako zbog sveobuhvatnosti popularne kulture o čemu je riječi bilo u prethodnom poglavlju; naprosto gotovo svaki aspekt nas kao društva i pojedinaca povezan je uz popularnu kulturu te zbog toga osjećamo potrebu komemorirati taj dio popularne kulture, bilo da se radi o individualnoj ili kolektivnoj potrebi.

U ovom radu neće biti klasičnih (nazovimo ih) *fizičkih* komemoracija slavnih osoba, nego će one biti vidljive u drugačijem formatu. Paul Connerton takve klasične komemorativne

⁷ Prijevod autorice: „Bell [...] sees memory 'as a socially organised process that is reliant on language and cultural practices as the means through which people express their attitudes and relations to the past' amounts to more than a collection of individual memories“ (Bell prema Harju 2014:132.)

prakse naziva komemorativnim ceremonijama koje promatra kao ekspresivne i formativne rituale društva (usp. 2004:79). Bitna odrednica komemoracija kao rituala prema Connertonu je njihova izvedbenost te vidljivost u vremenu i prostoru, što je u slučaju moje građe teže pojmljivo jer ne možemo reći da tekstovi objavljeni na internetskom portalu mogu biti izvedbeni. Ipak, u svojoj građi vidim potencijal komemorativnih praksi (zbog ranije navedene neizvedbenosti ne odgovara mi pojam ceremonija) na način da ih možemo promatrati kao ritualne jer odražavaju arhetipske osobnosti i događaje što Connerton navodi kao distinkciju komemoracija naspram drugih oblika rituala (usp. 2004:91). Iako Connerton govori o velikim svjetskim religijama i formativnim povijesnim događajima, medijske reprezentacije kreirane su na način da oponašaju arhetip u obliku preminulih slavnih osoba koje su predstavljene najvrsnijim osobinama i iznimno vrednovanim radom. Stoga uočavam određene sličnosti komemorativnih praksi u mojoj građi s Connertonovim komemorativnim ceremonijama.

Kao i sve ostale kulturne prakse, društveno tugovanje ima svoja određena društvena pravila i konotacije. Postoji društveno normativna mjera koja određuje koliko je dozvoljeno tugovati za preminulom osobom, a što se smatra pretjeranim; „pokušaj da se specificira tko, kada, gdje, kako, koliko dugo i za kim trebamo tugovati“⁸ (Doku prema Harju 2014:125). U temi popularne kulture kojom se ovdje bavim čini mi se da mediji imaju presudnu ulogu u određivanju koga je i kako poželjno oplakivati, jer su, sukladno zaključcima iz prijašnjeg poglavlja, mediji ti koji prvenstveno formiraju popularnu kulturu. Oni određuju što se i koga za života reprezentira pa isto tako nastavljaju i nakon smrti slavnih.

Uz sve sadržaje koje nam mediji prezentiraju, oformljene zajednice koje žaluju imaju određene periode i etape u kojima djeluju. Vrhunac djelovanja dosežu na ceremoniji pogreba; nakon tog inicijalnog perioda tugovati nastavljaju samo oni koji su uz preminulog bili dublje povezani (usp. Gibson 2007:1), iako bih nadodala kako zajednica koja žaluje ponovno postaje vidljiva na obilježavanjima obljetnica smrti i sličnih komemoracija. S obzirom na to da nam mediji i društvo određuju koliko i kako smijemo tugovati za nekim, oni koji nastavljaju izražavati žaljenje za preminulom slavnom osobom nakon inicijalnog, društveno dozvoljenog perioda, na neki način postaju sankcionirani, ismijani ili marginalizirani (usp. Harju 2014:128). Iako mediji i dalje održavaju sjećanje na preminule slavne osobe, pojedincima to isto nije dozvoljeno nakon što se prebrodi prvotni društveni šok nakon smrti poznate osobe. Onima koji nastavljaju javno izražavati žaljenje prijeti društvena osuda u obliku ismijavanja

⁸ Prijevod autorice: „That attempt to specify who, when, where, how, how long, and for whom people should grieve.“ (Doka prema Harju 2014:125).

ili trivijaliziranja njihovih radnji uz opravdanje da nije moguće iskreno žalovati u tolikoj mjeri za nekime koga osobno nismo poznavali te da je sve više od društveno određenog perioda žalovanja previše i prisiljeno. Takav dijalog često možemo vidjeti na društvenim mrežama za koje smo spomenuli da su ponudile nov način upućivanja poruka slavnim osobama. Na takvim stranicama otvoreno mogu komunicirati oni koji žaluju za nekim i oni koji ih kritiziraju. Anu Harju osvrće se na takav odnos te navodi da oni koji kritiziraju pojedince koji oplakuju (autorica ih naziva ne-obožavateljima, eng. *non-fans*) kritiziraju prvenstveno kapitalističku konstrukciju pozicije iz koje jedna instanca može određivati čiju je smrt poželjno oplakivati (usp. 2014:139), iako time i sami ne-obožavatelji postavljaju sebe na poziciju iz koje misle da mogu odlučivati za kime je preporučeno i poželjno tugovati. Obožavatelji i ne-obožavatelji ulaze u ideološki konflikt (usp. Harju 2014:139) kojem izrazito pogoduje prostor društvenih mreža.

3.4. Online tugovanje

Velik dio društvenog i kulturnog života sada se premjestio u online sferu te tako popularnu kulturu većinom konzumiramo upravo iz online izvora. Web portali i aplikacije na pametnim telefonima omogućuju nam dnevno pregledavanje najnovijih popularnih vijesti koje su nam dostupne gotovo svugdje i u svakom trenutku. Danas vijesti o smrti slavnih osoba saznajemo prvenstveno preko interneta. Internet nam u suvremenom dobu pruža novu prizmu tugovanja za slavnim osobama iz vlastitog doma (usp. Harris 2008:617). Izražavanje sućuti i dijeljenje omiljenih video klipova na društvenim mrežama u velikoj je mjeri zamijenilo ostavljanje cvijeća, plišanih igračaka i poruka pred kućom slavne osobe ili na drugim značajnim mjestima. Korisnici društvenih mreža kao da se natječu tko će prije objaviti poruku *RIP* (eng. *rest in peace*) ili tko će izraziti najemotivniji doživljaj prema preminuloj osobi. Društvene mreže tako su ispunjene mnogim komemorativnim produkcijama (usp. Harju 2014:124). Uz objavljivanje sadržaja na društvenim mrežama, možemo pratiti i pojave web stranica i fan klubova čija je prvotna funkcija komemoriranje određene slavne osobe. Uz to, zanimljivo je pratiti dijalog posjetitelja društvenih mreža ili web stranica u komentarima koji se ostavljaju na objavljeni sadržaj. Na taj način možemo saznati različite percepcije i društvene odjeke izazvane smrću slavne osobe. Ipak, online komemorativne sadržaje moramo promatrati kao vremenski ograničene zbog mogućnosti brisanja online sadržaja od strane administratora stranice (usp. Harju 2014:131). Ovdje se možemo prisjetiti distinkcije obožavatelj i ne-obožavatelj jer se u online komentarima pronalazi najviše polemiziranja oko

valorizacije preminule slavne osobe. Ne-obožavatelji će prozivati medije i sustave vrijednosti koji nam nameću da žalujemo osobu za koju smatraju da ona to ne zaslužuje, dok se u obranu postavljaju obožavatelji koji svojim osobnim iskustvima i emocijama brane slavnju osobu i njen rad. Vrlo brzo se u takvim situacijama razvijaju prepirke koje na kraju rezultiraju administratorskim brisanjem određenih uvredljivih ili neugodnih komentara.

Društvene mreže Harju naziva mjestima slabih društvenih veza u kojoj se međusobno prepoznaju oni sa zajedničkim interesom, tj. u našem slučaju oni koji tuguju za slavnjom osobom, oni dijele određeni afekt te su njihove emocije tako zrcaljane, prepoznate i time legitimizirane (usp. 2014:136). Online sfera mjesto je gdje se izražavaju najrazličitija mišljenja, stavovi i emocije. Mnoge su današnje slavne osobe postale popularne upravo zahvaljujući eksponiranju na društvenim mrežama na način da su njihovi postovi i objave kreirani kako bi privukli što više pažnje. U tom nam svijetlu Harris govori kako je internet razvio način žalovanja za preminulim slavnim osobama u kojima se zapravo iskreno ne žaluje, već se nastoji podići popularnost i vidljivost određenog posta na društvenoj mreži ili češće, na web portalima (usp. 2008:618). Smrt slavne osobe postala je samo još jedna vijest o kojoj se treba što prije izvijestiti i saznati što više informacija. Budući da je u takvom sustavu bitna samo veća dostupnost ili čitanost vijesti, one moraju biti nediskriminatorne, po strani ostavljaju konvencionalna moralna uvjerenja i norme, a okreću se hinjenoj čovječnosti u kojoj se jedino u smrti jednako vrednuje „kako djevica, tako i kurva, kako svetac, tako i grešnik, kako princeza Diana, tako i Anna Nicole Smith“⁹ (Harris 2008:619). Stoga smrt u online i medijskoj sferi dobiva drugačije konotacije, ona postaje nešto čovječno i briše sve dosadašnje negativnosti, naglašavajući solidarnost. Prije nego navedeno prikažem na građi koju sam obradila, sljedeće poglavlje posvetit ću korištenoj metodologiji.

3. METODOLOGIJA

Istraživanje za diplomski rad temelji se na korpusu članaka web portala Večernjeg lista, za razdoblje od listopada 2007. godine do prosinca 2016. Ukupan korpus iznosi 194 objava koje sadrže tekst članka te pripadajuće komentare čitatelja. Istraživana građa sadrži sve članke objavljene nakon smrti određene slavne osobe koji u tekstu spominju njeno ime. Tako sam obradila 96 članaka koji u tekstu spominju Arsena Dedića, 36 članka koji spominju

⁹ Prijevod autorice: „the virgin as well as the whore, the saint as well as the sinner, Princess Diana as well as Anna Nicole Smith“ (Harris 2008:619).

Dolores Lambašu, 64 članaka o Toši Proeskom te 9 članaka o Žuži Jelinek. Predstavljenu građu vidljivu u ovom radu čine isključivo članci objavljeni nakon smrti slavne osobe, no kako bih stekla određen dojam o medijskim reprezentacijama istraživanih slavnih osoba, prilikom istraživanja pročitala sam nebrojene članke koji su objavljivani tokom njihova života. Vidljivu razliku u narativu o poznatima prije i poslije njihove smrti u tekstu ću spominjati na nekim mjestima, no napominjem kako detaljna komparacija navedenih poetika zaslužuje daleko opsežniju pozornost i prostor u tekstu.

Tekstualna priroda izvora za ovo istraživanje bila je odlučna za definiranje metodološkog pristupa građi kroz strategije analize diskursa. Studije diskursa pažnju obraćaju na jezične obrasce koji se koriste, poruku koja se šalje te odjeke koje uzrokuje. Analiza diskursa tako podrazumijeva samu tekstualnu analizu kako bi se uvidjele kategorije koje sam tekst naglašava i promiče, no da bismo pravilno analizirali diskurs pažnju moramo usmjeriti i na njegov društveni utjecaj, tj. na način kako se naglašavane kategorije i bitne odrednice teksta percipiraju i prisvajaju.

Fairclough, Mulderrig i Wodak internetske sadržaje smatraju izrazito vrijednim i relativno podcijenjenim izvorom podataka za kritičku analizu diskursa (usp. 2011:366) što i ne čudi jer osim što nam internet pruža gomilu tekstova i sadržaja pogodnih za interpretiranje, on je također platforma na kojoj suvremeno društvo sve više djeluje i proizvodi diskurzivne sadržaje kulture. Diskurs je na Hrvatskom jezičnom portalu definiran prvenstveno kao „razgovor, rasprava, raščlanjivanje“¹⁰, on je u svojoj suštini vezan uz sustav jezika i izražavanja. Studije diskursa razvijaju se 70-ih godina prošlog stoljeća kao način očitavanja ili proučavanja smisla složenijih jezičnih jedinica, ali diskurs se istovremeno počinje percipirati širim od jezika te predstavlja generalne koncepte kao što su način mišljenja ili djelovanja (usp. Duranti i Keating 2011:331). Kritička analiza diskursa nema zadanu metodologiju, ali se može promatrati kao interdisciplinarna istraživačka perspektiva usmjerena detektiranju problema iz različitih pristupa te teorijskih i istraživačkih metoda (usp. Fairclough, Mulderrig i Wodak 2011:357). Diskurs povećava važnost jezika u društvu (usp. Fairclough, Mulderrig i Wodak 2011:360) ne samo analizom pisanih tekstova već i kroz interpretaciju političkih govora, medijskih produkcija i sl., općenito fokusiranjem na način javnog izražavanja te društvenim utjecajem jezičnih praksi. Tako određeni autori navode da oni koji proučavaju što tekstovi (ili bolje rečeno diskursi) znače ili kako se koriste moraju pozornost usmjeriti na to što diskurzivne prakse čine društvu oko nas (usp. Grossberg prema Kovala 2002:3). Njihov

¹⁰ <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search> (pristup 18.3.2017.)

društveni utjecaj je neupitan, bez obzira radi li se o političkom diskursu ili o diskursu popularne kulture. Smatram kako diskurzivne prakse najveći društveni utjecaj posjeduju u svojoj sugestivnosti, u približavanju određenog *načina mišljenja i djelovanja* širem krugu ljudi, što je evidentno upravo u popularnoj kulturi. Popularna kultura jedna je od društveno aktivnijih i sveprisutnih platformi čiji nam diskurs predlaže kako se ponašati, kako provoditi slobodno vrijeme ili kako izgledati. Stoga je izrazito pogodna za analizu diskursa čija je zadaća locirati obrasce u dobivenim podacima i uvidjeti im funkciju (usp. Albertín et. al 2016:369).

„Bitno je osvijestiti da nije važno samo analizirati 'što je rečeno', nego i ono što je implicitno, 'što nije rečeno' ili 'se tek treba izreći'“¹¹ (Albertín et. al 2016:368). Uviđamo da sama analiza teksta nije dovoljna. Mnogo toga možemo iščitati iz onoga što nije eksplicitno izrečeno, značenje leži u onome što nam je ostavljeno da sami zaključimo. „Analiza samog teksta nikada nije dovoljna za rekonstrukciju značenja“¹² (Kovala 2002:4). Diskurs dakle obavezno moramo sagledavati u širem obliku, ne ograničiti se na proučavanje njega samoga. Njegove društvene i tekstualne dimenzije neodvojive su (usp. Albertín et. al 2016:364), fokus se mora usmjeriti na kontekst koji je ključan za razumijevanje diskursa (usp. Duranti i Keating 2011:337). Društvena, povijesna, prostorna, klasna obilježja predmeta proučavanja omogućuju nam da točnije shvatimo i proučimo diskurs u njegovoj punini. Kontekst je varijabla o kojoj ovisi kako će diskurs biti interpretiran. Također je bitno odrediti odakle diskurs dolazi, tko govori, koja je pozicija onoga koji govori. Osim toga što se govori, bitno je i kako se govori. Moju građu čine objave internetskog portala dnevnih novina čiji je vlasnik jedna od najvećih regionalnih medijskih tvrtki, koje se svakodnevno natječu za čitanost s ostalim dnevnicima, tjednicima i mjesečnicima te drugim web portalima. Potrebno je uzeti u obzir u kojoj su se razini obilježja novinarskog izvještavanja promijenila od 2007. godine, od kada su prvi članci moje građe, do današnjeg dana. Moja građa također je definirana platformom na kojoj se nalazi; internet portali razlikuju se od ostalih tekstualnih instanci i moraju se proučavati u skladu s time. Kao što vidimo, kontekstualne okolnosti građe neodvojive su od njenog sadržaja te bi bez prisutnosti konteksta mogli donijeti sasvim drugačije zaključke. Narativ se mijenja u svijetlu određenih povijesnih događaja (usp. Svensson 1995:29), tj. sukladno kontekstu.

¹¹ Prijevod autorice: „It is also important to keep in mind that it is not only important to analyze 'what is said', but what is left implicit or 'what it is not said' or 'was left to be said'.“ (Albertín et. al 2016:368)

¹² Prijevod autorice: „Analysis of the text on its own is never enough to reconstruct these meanings.“ (Kovala 2002: 4)

S obzirom na to da se velik udio suvremenog djelovanja odvija u online sferi, internetski sadržaj izrazito je količinski i sadržajno pogodan kvalitativnom istraživanju. Etnološki teren više nije fizičko mjesto izmješteno iz našeg ustaljenog područja kretanja. Paradigma terena više nije prostor, već predmet. Teren se u današnjoj etnologiji smatra okvirom u kojem i na kojem se provodi istraživanje. On više nije određen grad, selo, dvorište, već se može sastojati i od pojmova koji se ne mogu smjestiti na jedinstven prostor, kao što su obitelj, zajednica, internet. Tako Iva Pleše u istraživanju internetske korespondencije napominje kako je zanimljivo što se u pojam interneta upisuju prostorni odnosi: internet je nešto na što se *odlazi*, na čemu se *ostaje*, na čemu se *nije dugo bilo* itd. (nadodala bih da je u suvremenom svijetu internet *mjesto* na kojem se gotovo konstantno boravi); zapravo taj entitet poprima gotovo sve osobine fizičkog mjesta (usp. 2011), a samim time ima pogodnost poslužiti i kao teren etnografskog istraživanja. Pleše se bavila korespondencijom preko web foruma (usp. 2011) i e-mail dopisivanja (usp. 2006), a pojam *filedwork* zamjenjuje pojmovima *deskwork* i *textwork* te naglašava kako se cjelokupna komunikacija preko interneta može promatrati kao zasebna cjelina (usp. 2006:127). Pojmovima *deskwork* i *textwork* nadodala bih pojam *netnografije* (eng. *netnography*) kojim određeni autori (usp. Harju 2014) nazivaju kritičku analizu diskursa u online obliku kao proučavanje internetskih materijala i interakcije konzumenata online sadržaja, prvenstveno u obliku komentiranja te dijeljenja online sadržaja (usp. Harju 2014:133). Netnografija omogućuje sudjelovanje jer i istraživač može sudjelovati u interakciji s ostalim konzumentima na način da se priključi komunikaciji u komentarima¹³ (usp. Harju 2014:133). Istraživanje online sadržaja suštinski se ne razlikuje od istraživanja tradicionalnih oblika diskursa u svakodnevnoj praksi. Ipak, potrebno je uzeti u obzir činjenicu da se radi o vremenski ograničenom sadržaju, što smo spominjali u prethodnom poglavlju. Administratorski autoritet zadužen je za uklanjanje onoga što smatra neprimjerenim sadržajem te se prilikom istraživanja pozornost treba usmjeriti i na takve stvorene praznine.

Što sam dakle nastojala uvidjeti provedenom analizom diskursa online sadržaja? Kao što sam napomenula u uvodnom poglavlju, moj je zadatak uvidjeti i pokazati ono što nazivam nekropoetikom, tj. narativ koji smrti različitih slavnih osoba predstavlja na jedinstven i formaliziran način tvoreći sustav vrijednosti čiji je temelj izreka *o mrtvima samo najbolje*. U istraživanje sam krenula sa pretpostavkom da takav narativ postoji, a ja ga svojim radom trebam izdvojiti, proučiti i ukazati na načine njegova društvenog djelovanja. Stoga sam

¹³ U svom sam istraživanju pribjegla isključivo promatranju navedene građe, no u interakciji koja je omogućena na web portalu nisam sudjelovala.

krenula proučavati diskurs objava portala Večernjeg lista, čitala sam ono što je eksplicitno bilo rečeno, no moja je pozornost bila na onom sustavu mišljenja kojeg ti tekstovi zagovaraju i promiču, nastojala sam uvidjeti njihove društvene odjeke. Prilikom istraživanja nekoliko sam puta uočila problem tj. tendenciju da sam nakon određenog broja pročitanih tekstova o preminulim slavnima, jezične formulacije i standardizirane diskurzivne prakse koje kreiraju nekropoetički narativ počela uzimati zdravo za gotovo, a ne kao posebno konstruiran način reprezentiranja popularne kulture. U tim sam trenucima osjećala prisnost prema slavnim osobama, žalila njihove tragične sudbine i nepravedan odnos javnosti prema njima. U tim sam trenucima prestajala biti istraživačicom i postajala sam pukom konzumenticom popularne kulture, no načini tvorbe nekropoetičkog narativa bili su toliko vidljivi i česti da bih brzo povratila svoju istraživačku svijest te sam na taj način, potpomognuta vlastitim iskustvom, potpuniije mogla sagledati utjecaje diskursa popularne kulture na njene konzumente.

5. ŽUŽI JELINEK

5.1. Tjedan dana od smrti Žuži Jelinek

Zsuzsanna „Žuži“ Jelinek preminula je 23. siječnja 2016. u 96. godini života. Istog dana na portalu Večernji list objavljen je članak koji donosi vijest o njenoj smrti (usp. Buva i Puljić-Šego 2016). Odmah u naslovu, a zatim i u prvim slijedećim rečenicama navodi se kako je riječ o *legendarnoj kolumnistici, dizajnerici i stilistici*, zatim se donosi sažetak njenog života, porijekla, ljubavnog i naročito profesionalnog života, a pri kraju se naglašava i njeno kolumnističko spisateljstvo temeljeno na „bogatom životnom iskustvu“ (usp. Buva i Puljić-Šego 2016). Dva dana kasnije izvještava se o njenom pogrebu na Mirogoju u prisustvu mnogih javnih osoba koji su došli uputiti „posljednji pozdrav legendarnoj Žuži Jelinek“ (Vecernji.hr 2016b). Žuži je općenito prikazana kao ljupka starica puna životne energije, njen se narativ prvenstveno provlači kategorijom životnog iskustva i stečene mudorsti.

Nakon inicijalne obavijesti o smrti, u slijedećim se danima objavljuju tri članka koji donose pojedinosti iz života Žuži Jelinek (usp. Božić 2016a, Božić 2016b, Božić 2016c). U njima se posebno naglašavaju njena radna disciplina, odnos prema ljubavi te njena životna filozofija. Članci nas upoznaju s njenim siromašnim, židovskim porijeklom iz Budimpešte gdje je odrastala uz gluhonijeme roditelje te se navodi kako se uspješno nosila sa svim poteškoćama u životu uz pomoć svog stava; autorica piše kako je uvijek bila vedra, optimistična, zaljubljena u muškarce i život oko sebe, te izrazito vrijedna. Navodi se kako je

sama Žuži izrazito naglašavala da se prije svega mora biti pošten i hrabar u svojim željama, cijelog se života pridržavala određenih pravila o stilu, muško-ženskim odnosima i profesiji, a govorila je i kao se u životu konstantno mora biti zaljubljen u sve oko sebe (usp. Božić 2016a, Božić 2016b, Božić 2016c). Kada se piše o njenom radu i karijeri nabrajaju se njeni poslovni uspjesi kao što su revije u Sjedinjenim Američkim Državama i Japanu, rad u najboljim pariškim dućanima, stiliziranje odjevnih kombinacija čitavog niza visokih državnih dužnosnika i njihovih supruga, ali se posebno naglašava kako je sama Žuži za sebe govorila da je ništa drugo nego naprosto „šnajderica“ (Božić 2016a) koja je bila izrazito vezana uz zagrebačku gradsku vrevu i centar grada. Tako se izlistavanju svih poslovnih uspjeha „svjetske žene“ (Božić 2016b) suprotstavlja njeno skromno poimanje vlastite profesije i karijernih uspjeha. Poseban narativ o Žuži čine njena ljubavna iskustva: „Ja sam se udavala četiri puta, legalno. A ilegalno tko zna koliko – smijala se Žuži“ (Božić 2016a). Tekstovi nam navode kako je Žuži uvijek slobodno pričala o svojim romantičnim vezama u svrhu edukacije ostalih žena kako bi i one naučile iskoristiti svoje adute da ostvare ono što žele, da se ne srame onoga što žele i da ne propuste prilike koje im se nude jer bi mogle za njima žaliti. Posebna priča kreirana je o odnosu Žuži s njenim prvim suprugom jer je završetkom njihova braka oformljena percepcija Žuži kakvom je većina doživljava, kao slobodoumnu, hrabru, otvorenu, promišljenu, u ljubav zaljubljenу ženu koja zna što hoće i za to se svim silama trudi. Cath Davies govori kako su oni koji ne umiru mladi osuđeni na medijsko praćenje njihova starenja, a konzumenti popularne kulture ostaju začuđeni njihovim izgledom u mladim danima te impresivnom biografijom (usp. 2010:142) kao što je vidljivo i kod Žuži. Njena zamamna biografija i bogato iskustvo kao da nastoje upotpuniti i produbiti medijsku sliku ostarjele Žuži kakva je u recentnije vrijeme u medijima jedina bila vidljiva.

Žuži se dakle opisuje kao legendarna, u radnim navikama staromodna i vrijedna, u ljubavi inovativna i otvorena, općenito očučena životom oko sebe i zaljubljena u njega. Kroz njene radne navike, ljubavne pothvate te stilska i životna pravila konstruira se medijska slika Žuži kao osobe koja je bila izrazito vrijedna i hrabra u svojoj profesiji, moderna i promišljena u romantičnim odnosima, osoba koja se striktno pridržavala rutine kojom je održavala svoj izgled. U tekstovima nam je predstavljena fiktivna osobnost temeljena na staromodnoj radnoj etici i emotivnoj mudrosti neopterećenom konvencijama koju nastoji proširiti na druge. Tako je Žuži predstavljena u medijima tjedan dana nakon svoje smrti.

5.2. Posthumna reprezentacija Žuži Jelinek

Nakon prvih tjedan dana koje sam prikazala, pažnju ću obratiti na prezentiranje Žuži kroz tekstove koji su slijedili. Vidjeli smo kako se Žuži u prvim tekstovima koji su pratili njenu smrt opisuje kao poduzetna i nezavisna, dok se o njoj naknadno piše pasivno. Kasniji tekstovi tematiziraju svađu njene djece oko nasljedstva i navodne nebrige za majku (usp. Carević 2016, Milla 2016a). U ovim se člancima donosi detaljan uzrok smrti medicinskim laicima gotovo ili potpuno neshvatljiv, a to je i prvi put da se spominju zdravstvene teškoće zbog kojih je Žuži preminula. Dok su dakle članci neposredno nakon njene smrti tematizirali Žuži, njen život i rad, ostali članci razvijeni su oko njena narativa, ali u samom fokusu nije Žuži, nego drugi usputni likovi, u ovom slučaju, njena djeca. U navedenim člancima Žuži je okarakterizirana naprosto kao majka, ne spominje se da je bila stilistica, *šnajderica*, ni da je bila legendarna kao što je slučaj bio prije.

Narativ kojeg smo susreli u člancima neposredno nakon smrti Žuži Jelinek u natruhama možemo uočiti u člancima koji je samo jednom rečenicom usputno spominju. Radi se o člancima koji donose vrednovanje njena rada na način da je njen život i rad predstavljen kao jedan od interesa poznate hrvatske modne teoretičarke (usp. Večernji.hr 2016) i da se predstavlja kroz predavanje u sklopu manifestacije koja obilježava Međunarodni dan žena (usp. Balića 2016).

6. ARSEN DEDIĆ

6.1. Tjedan dana od smrti Arsena Dedića

Arsen Dedić umro je u Zagrebu 17. kolovoza 2015. u 78. godini. Članak koji nam donosi tu obavijest odmah u naslovu označava Arsena kao *legendarnog kantautora* (usp. Buva i Rimac Lesički 2015), odvajajući ga time od ostalih vrsta glazbenih profesija. Općenito se o Arsenu neće govoriti naprosto kao o pjevaču, već će ga se gotovo u pravilu nazivati kantautorom (distinkcija autora koji uglazbljuje svoje stihove koji sadrže poetske, često autobiografske ekspresije za razliku od onih autora koji izvode glazbu i stihove drugih) ili će ga se obilježavati čitavim nizom glazbenih etiketa: „jednog od najvećih umjetnika, skladatelja, pjesnika, kantautora, pjevača i aranžera Arsena Dedića“ (PR 2015b). U članku koji nas obavještava o Arsenovoj smrti na početku se navode zdravstveni razlozi smrti i prijašnji zdravstveni problemi, u nekoliko obuhvatnih rečenica sažeta je njegova bogata glazbena i literarna karijera; „spojio je svoja dva talenta; glazbu i poeziju“ (usp. Buva i Rimac Lesički 2015). Reprezentacija Arsena u prvim danima nakon njegove smrti, ali i kasnije,

kreirana je njegovim svestranim talentom i područjem djelovanja te se time dodatno naglašava njegov društveno-kulturni doprinos. Arsen je kroz medijske reprezentacije poprimio kulturni status, koji se njegovom smrću samo dodatno potvrdio. Konstrukcija njegove osobnosti ima natruhe božanskog: on je svestremen, nepogrešiv, izvrstan u svemu što radi, a kao osoba brižan i karizmatičan.

U sedam dana koji su slijedili, čak tri članka tematizirana su Arsenovim prijašnjim intervjuima i to na način da se prenose dijelovi njegova intervju iz Glasa Koncila iz 1971. godine (usp. Večernji.hr 2015), a njegov posljednji intervju koji je dao za novinarku Večernjeg lista tema je dva posebna članka (usp. Perica 2015a, Perica 2015b). Navedeni članci donose nam Arsena koji govori o samom sebi, o svojoj osobnosti, radnim navikama i inspiraciji. Ponovljene produkcije navedenih intervju pridaju posebnu važnost Arsenovim posljednjim medijskim riječima, puneći ih drugačijim smislom kakvog prije nisu imali kako bi čitatelji na drugačiji način percipirali Arsenove riječi koje je izrekao dok je još bio živ.

Mnogi su narativi vezani uz prostore koji se povezuju s Arsenom, njegova povezanost uz dva hrvatska grada rezultira određenim kategoričkim stupnjem prisvajanja Arsena kao sugrađanina. Naime, on je rođen u Šibeniku čiji je pejzaž tema mnogih njegovih stihova, ali većinu karijere Arsen je proveo u Zagrebu te su ga mnogi smatrali *pravim* Zagrepčaninom. Tekstovi članaka govore nam da se ti gradovi također nose s Arsenovom smrću: „Zagreb se oprostio od Arsena“ (Lechpammer 2015), „Šibenik se oprostio od svog velikog sina“ (Šarić 2015). Takvi su narativi česti u sličnim situacijama, no u Arsenovu slučaju postoji još jedan koji se veže uz njegovu rodnu ulicu Nikole Tesle u Šibeniku. Osim što je iz te ulice proizašlo nekoliko velikih glazbenih imena (osim Arsena, iz te ulice potječu Vice Vukov i Mišo Kovač), već dan nakon Arsenove smrti objavljen je članak koji donosi dojmove njegovih susjeda i poznanika (usp. Carević 2015). Infiltriranost rodnog kraja i krajolika posebnost je Arsenovih stihova, a u nekim se tekstovima navodi kako je Arsen definiran karakterom tipičnim za taj dalmatinski kraj, iako se ne navodi opis tog dalmatinskog karaktera. Tako se u tekstovima Arsen kreira kao produkt svog rodnog kraja koji je odredio njegovu osobnost i karijeru.

Arsen je okarakteriziran kao nenadmašan i svestremenski umjetnik hrvatskog društva koji je bez premca u hrvatskoj popularnoj i kulturi uopće. Njegova su djela uvijek bila prepoznata i iznimno cijenjena, jednako kao i sama njegova pojava. O Arsenu se zaključivalo na temelju njegovih djela te su oboje stekli status kulturnog. Ranije sam navela kojim ga se sve titulama obilježavalo, a uz to nazivan je brojnim sintagmama koje demonstriraju njegov

značaj. Dan nakon njegove smrti objavljen je članak koji donosi deset najreprezentativnijih pjesama čije je stihove napisao Arsen; „neke od najljepših stihova na ovim prostorima“, „pjesme s njegova albuma prvijenca ostat će vječno zapamćene u hrvatskoj kulturi“, „savršene stihove napisao je Arsen Dedić“, „svevremenski hit“ (Vecernji.hr 2015b) samo su neke od rečenica koje u navedenom članku opisuju Arsenove pjesme. Sutradan je objavljen članak pod naslovom „Arsenologija: Arsenove filozofije o životu i ljubavi“ u kojem su izdvojeni Arsenovi najbolji stihovi grupirani u poglavlja „Filozofija života“, „Filozofija ljubavi“ i „Mudre humorske“ (Oremović 2015a). Njegov je rad označen kao logos, kao najviši stupanj znanstvene hijerarhije koji je kompetentan zaključivati o mudrosti, ljubavi i životu. Arsenovo poetsko umijeće rezultiralo je time da mu mediji pridaju poseban status na gotovo institucionalnoj razini. Arsen je rekao „sve što se moglo reći o životu, ljubavi i ljubavnim mukama“ (Oremović 2015b), autori tekstova pitaju se „tko će pisati o piscu svih pisaca?“ (Horvat 2015). Arsen je istovremeno izjednačen s najvećim književnicima u pisanju stihova i s najvećim glazbenicima u glazbenom umijeću.

Slijedeću kategoriju možemo definirati kao reakcije javnosti na Arsenovu smrt u kojima je vidljivo kako Arsenova medijska reprezentacija oživljuje nakon njegove smrti. Prenose se dojmovi i izrazi sućuti drugih slavnih javnih osoba objavljeni na društvenim mrežama (usp. Buva, Car i Carević 2015, Milla i Zajović 2015, Večernji.hr 2015a, 2015e). Društvene mreže postale su izvor produkcija o kojima se može izvještavati bez da se stupi u izravan kontakt sa slavnima. Uočava se također da su „Arsenove pjesme preplavile [...] radijske postaje, TV programe i internet“ (Milla i Zajović 2015) potvrđujući da se javnost puni nebrojenim sadržajima koji nas neprestano podsjećaju na smrt slavne osobe i koji se objavljuju njoj u čast.

U člancima koji su objavljivani neposredno nakon Arsenove smrti o Arsenu se govori kao o kulturnoj i društvenoj instituciji. Naziva ga se „katedralom hrvatske umjetnosti i glazbe“ (Lechpammer 2015), „nije bilo šanse da popusti niskim estradnim strastima“ (Horvat 2015), on je bio „najbolji među nama“ (Šarić 2015), bio je „umjetnik usađen u sve pore života kakvog nismo imali od Krleže i Marinkovića“ (Vecernji.hr 2015d). Predstavljen je na drugačijoj razini, djeluje nepogrešivo, gotovo savršeno. Navedene kategorije prikazivanja Arsena kao nepogrešivog i svevremenskog umjetnika nemaju svoju protutežu. O eventualnim negativnim pojedinostima iz njegova života nema riječi. Konstruiran je kao umjetnik koji je naporno radio i u svemu vidio inspiraciju, konstruiran je kao topao obiteljski čovjek, konstruiran je kroz karakterna obilježja koja su navodno formirana geografskim položajem

njegova rodnog kraja. Njegov rad i njegova požrtvornost rezultirali su savršenim produktom na kojem mu mi kao društvo moramo biti zahvalni jer „sve nas je zadužio svojim umjetničkim stvaralaštvom“ (Marinović 2015). Ono što mi je posebno zanimljivo jest misao da se tek nakon što je Arsen umro može spoznati njegov izvanredan doprinos. Izjava „da će tek sada hrvatska glazbena scena shvatiti koliko joj je Arsen Dedić dao te koliko je izgubila njegovim odlaskom“ (Lechpammer 2015) ponavlja se implicitno u mnogim tekstovima. Arsenov velik opus poznavali smo i prije njegove smrti te je i tada bilo moguće uvidjeti koliko je toga on dao hrvatskoj glazbenoj sceni. Arsen nije bio umjetnik čiji je rad postao prepoznat i cijenjen tek s odmakom, nego odmah u nastajanju. Arsenov značaj prepoznat je puno prije njegove smrti, stoga smatram da navedene posthumne epifanijske izjave kreiraju određenu mistiku i stvaraju dodatnu vrijednost Arsenovog rada kojeg moramo još više cijeniti jer Arsen više nikada neće stvoriti nijedno novo djelo.

6.2. Komemorativne prakse posvećene Arsenu Dediću

Od njegove smrti do prosinca 2016. godine, život i djelo Arsena Dedića svečano su se obilježili na nekoliko načina. Arsenovi suradnici sjećanje na kolegu obilježavali su najčešće u obliku koncerata posvećenih njegovu radu te nas portal Večernjeg lista izvještava o koncertu na kojem je Zagrebačka filharmonija izvodila Arsenova djela (usp. VL 2016a), o večeri 19. Dalmatinskih šansona koja je bila posvećena Arsenu (usp. Car 2016) i sl. Popularan i kritički afirmiran postao je album njegove glazbe koju na klaviru izvodi njegov sin Matija pod imenom *Matija svira Arsena*, a reizdanje je doživjela Arsenova prva i najpoznatija zbirka poezije *Brod u boci* (usp. Horvat 2016). Arsena se najčešće sjećalo upravo kroz reproduciranje njegova rada koji se i dalje smatra „remek djel(ima) [op.a.]“ (VL 2016a). Članovi njegove najuže obitelji zajedno su surađivali na pjesmama koje su mu posvetili, a autorica pjesme navodi kako je pjesmu još za života odobrio Arsen jer se „ne bih (...) usudila raditi ništa vezano uz Arsena, a da on to nije čuo i rekao da bi iza toga stao“ (Buva i Vecernji.hr 2015). Arsenova ekspertiza i odobravanje imaju svoju težinu i nakon njegove smrti, jer po navodu autorice ove pjesme, Arsenovo ime ima preveliki značaj da bi se naprosto ovlaš iskorištavalo.

Na godišnjicu Arsenove smrti objavljen je članak koji sumira najznačajnije komemorativne prakse upućene Arsenovu radu u prijašnjih godinu dana. U njemu se navodi ovako: „iako se kaže da je svaki gubitak velik, ovaj je bio posebno težak. Promatra li se s

pozicije kulturnog značaja, zapravo nenadoknadiv“ (Horvat 2016). I dalje se održava konstrukcija Arsena kao instance koja je neprocjenjiva i nezamjenjiva. Njegov kulturni značaj ostao je na istoj razini, možda je čak s vremenom i veći.

Kao poseban oblik komemoriranja Arsena istaknula bih inicijativu koju je pokrenula Hrvatska glazbena unija za imenovanjem broda Jadrolinije po Arsenu Dediću. Tekst nam donosi navedenu ideju koja bi sama sebe trebala opravdati kroz Arsenovu pjesmu *Brod s mojim imenom* koju je Hrvatska glazbena unija priložila navedenom zahtjevu kao najbolje moguće objašnjenje njihova zahtjeva (usp. Vecernji.hr 2015c). Također, u nekolicini se članaka spominjala inicijativa da se određena javna površina u Zagrebu nazove po Arsenu (usp. Horvat 2016). Iako do navedenog nije došlo, zanimljiva je potreba da se Arsena komemorira na spomenuti način kako bi postao prostorno vidljiv.

6.3. Posthumna reprezentacija Arsena Dedića

U svim tekstovima koji slijede nakon Arsenove smrti, o njemu se govori na isti način, kao o *instituciji* hrvatske glazbe i kulture (usp. VL 2016a), kao o nenadmašnoj, kulturnoj kulturnoj osobnosti. Arsen kroz tekstove poprima arhetipski oblik kakvog Connerton smatra ključnim za komemoracije (usp. 2004:91). Navedeni status održava se od razdoblja prije Arsenove smrti do svih kasnijih tekstova. O Arsenu se i dalje govori kao o izvanrednom pjesniku i kantautoru čija djela mnogim pojedincima puno znače. U kasnijim se tekstovima prenosi karakterizacija Arsena koju dobivamo iz očista njegove obitelji, prvenstveno supruge Gabi Novak i sina Matije Dedića (usp. Kalogjera 2016, Pofuk 2015). Također, nastavlja se njegova karakterizacija uzrokovana dalmatinskim podrijetlom. „To je Šibenik u njemu“ (Milla 2016c) često služi kao opis Arsena koji stoji kao samoobjašnjavajući za zaigranu prijateljsku opakost, a na drugom mjestu Arsena se opisuje kao *pravog dalmatinskog oca* (usp. Pofuk 2015). I u radovima koji Arsena samo usputno spominju u nekoliko riječi, o njemu se govori kao o izvanrednom pojedincu koji je proizveo nebrojene suvremene klasike. Često je dovoljno spomenuti da je Arsen nečemu prisustvovao kako bi taj događaj dobio na važnosti.

Neupitno je da je Arsen Dedić doista bio izvanredno talentiran, požrtvovan i plodonosan umjetnik čiji su radovi obilježili mnoge pojedince u različitim oblicima, bilo kroz njegove lirske ili glazbene pjesme, bilo kroz njegovo glazbeno stvaralaštvo u filmskoj umjetnosti. Sama činjenica da je toliko dugi niz godina neprestano stvarao radove koji su bili

kritički afirmirani dovoljna je da ga potvrdi kao izrazito značajnog u kulturi i društvu. No mediji ga proučavaju na drugačijoj razini. On je institucionaliziran, on je klasik. Arsen je tako proučavan i prije smrti, no njegova smrt predstavljena je kao prekretnica koja će nas upoznati s Arsenovom vrijednošću. Arsenova smrt postala je trenutak kojim počinje istinsko vrednovanje punine njegova genija.

7. DOLORES LAMBAŠA

7.1. Tjedan dana od smrti Dolores Lambaše

Dolores Lambaša preminula je u 33. godini života od ozljeda zadobivenih u prometnoj nesreći blizu Slavonskog Broda 23. listopada 2013. godine. Automobil koji je vozio njezin kolega Stojan Matavulj sudario se s drugim automobilom, a Dolores je od zadobivenih ozljeda preminula nakon nekoliko sati. Članak koji nas obavještava o njenoj smrti donosi nam izjave liječnika o pokušajima spašavanja Doloresina života te se ukratko opisuje sama prometna nesreća (usp. vb/VLM 2013a). O Dolores, njenom životu i karijeri ništa se dodatno ne govori. Doloresina smrt, za razliku od smrti Arsena i Žuži nastupila je sasvim nenadano te se celetoidan prikaz Doloresine javne osobnosti naglo promijenio u tragičan prikaz neshvaćene i usamljene javne osobe koja je baš kao Marilyn Monroe okarakterizirana, gotovo definirana fizičkim izgledom. Upravo zbog iznenadnosti Doloresine smrti, preokret medijskog narativa vidljiviji je no u prijašnjim slučajevima te samim time podložniji analizi.

Istog dana objavljen je članak koji oblikom i stilom podsjeća na policijski izvještaj te nam prenosi tijek prometne nesreće navodeći sve okolnosti kronološkim redoslijedom (usp. kb/vb 2013). Kasnije se izvještava o reakcijama i dojmovima Doloresinih poznanika i kolega (usp. jek/VLM 2013) gdje su se društvene mreže još jednom pokazale kao platforma na kojoj se mogu ostavljati poruke podrške ili sućuti te čiji je sadržaj iskoristiv za izvještavanje. Prenosi se izraz sućuti koji je obitelji uputila RTL Televizija jer je Dolores posljednju ulogu odigrala u seriji navedene televizijske kuće (usp. Balen i Bosno 2013). U navedenim se člancima ponavlja tijek prometne nesreće te izvještaj liječnika o Doloresinim ozljedama. Nesreća se klasificira kao tragična, a Dolores se karakterizira kao osoba koja je bila puna života. Dio teksta zauzima narativ o Stojanu Matavulju, Doloresinom prijatelju i kolegi koji je upravljao njihovim automobilom, koji će u kasnijim tekstovima o sudskom procesu biti glavni akter.

Pogreb Dolores Lambaše i komemoracija održana u šibenskom HNK bili su događaji prema kojima su bile usmjerene sve snažne, iznenadne emocije uzrokovane nenadanom smrću. Mnogi Doloresini kolege i prijatelji prisustvovali su navedenim događajima gdje se „rodni grad [...] oprašta [...] od svoje mezimice“ te okarakterizirali Dolores kao skup nemjerljive životne esencije koja se slobodno i neopterećeno kretala svijetom (usp. Vuković 2013).

Dolores je često bila opisivana kao naprosto *žena* (usp. Vuković 2013). Iako nije u potpunosti jasno što bi takva karakterizacija predstavljala, pretpostavljam da se većinom vezala uz Doloresin konvencionalno shvaćen lijep izgled te snažnu i veselu osobnost. U pravilu su gotovo sve Doloresine karakterizacije nakon njene smrti bile vezane uz njen izgled; oslovljava ju se epitetima *lijepa* ili *mlada glumica*, drugi je opisuju kao *vatrenu ljepoticu* (usp. VL 2013b), „vitka, prekrasna. Jedna od onih pojava za koje i žena mora priznati da je lijepa“ (VL 2013b). „To su procesi održavanja identiteta slavnih unutar idealiziranih oblika koji često brišu negativne asocijacije u posthumnim medijskim prikazima te naglašavaju estetske konvencije mladosti i ljepote“¹⁴ (Davies 2010:144). Dolores je okarakterizirana kroz svoju konvencionalno shvaćenu ljepotu i taj će se narativ tjelesne karakterizacije ponavljati u svim kasnijim tekstovima.

Kao i na primjeru Arsena, Doloresin posljednji intervju za Večernji list objavljen je nekoliko dana nakon njene smrti u kojem je Dolores govorila o sebi, svom poslu i željama za budućnost koje su u tekstu bile suprotstavljene tragičnom kontekstu (usp. Čulig 2013). Navodi se kako je Dolores „napokon sretna, da planira život u Dalmaciji te kako još čeka riječi koje će joj promijeniti život“; također se prenose Doloresine izjave: „vjerujem u životni instinkt. I njegovu nepogrešivost“, „za trideset godina voljela bih biti živa i zdrava. Voljela bih i dalje glumiti, ploviti i loviti ribu“ (Čulig 2013). Istaknute izjave prikazuju Dolores kao skromnu i jednostavnu ženu koja ne želi puno od života, ali su istovremeno prikaz njene tragičnosti jer izazivaju gorko-sladak dojam. U članku se navodi kako je intervju dosad bio neobjavljen (usp. Čulig 2013), a cjelokupni dojam članka koji sam prikazala kroz nekoliko reprezentativnih izdvojenih izjava savršeno odgovara trenutku i narativu tragično preminule mlade žene koja je tek trebala ostvariti svoje životne ciljeve. Iz Doloresinih pomno predstavljenih riječi čitatelj zaključuje kako joj je tragično prekinut život kojeg je tek trebala proživjeti.

¹⁴ Prijevod autorice: „It is this process of preserving celebrity identities within an idealised form, often erasing negative associations in posthumous media coverage and accentuating aesthetic connotations of youth and beauty...“ (Davies 2010:144).

Dolores je općenito bila prezentirana kao osoba koja je imala poseban odnos s medijima. Za života su mediji općenito izvještavali o njenom privatnom životu koji im je ona često sama predstavljala, ali se u tekstovima nakon smrti navodi da je htjela da ju se prezentira prvenstveno kroz njen profesionalan rad. Dogodio se dakle prijelaz na neku višu razinu u njenoj medijskoj reprezentaciji; od celetoida, ona je postala tradicionalna slavna osoba koja je od strane medija predstavljena kao žrtva upravo medijskog pritiska na otkrivanje njenog privatnog života. Na taj poseban toplo-hladan odnos s medijima osvrću se neki tekstovi koji navode da je „njezin [...] privatni život punio novinske stupce, a ona je to stoički podnosila. Kao da je radila nešto nezakonito, ljudi su je ogovarali i pričali o njoj“ (VL2013). Tako je Dolores koja je privatnim životom intrigirala medije nakon smrti postala neshvaćena glumica, no tek je nekoliko tekstova nabrojalo njene značajnije glumačke projekte.

7.2. Komemorativne prakse posvećene Dolores Lambaši

Prilikom svake obljetnice smrti Dolores Lambaše objavi se članak koji nas podsjeća na godišnjicu. Članci su strukturom i sadržajem izrazito slični: članak u povodu prve godišnjice smrti fokusiran je na Doloresine roditelje koji se i dalje teško nose s gubitkom kćeri (usp. Šarić 2014b), a članci objavljeni povodom druge i treće godišnjice Doloresine smrti nas izvještavaju koliki je vremenski period prošao od tragične prometne nesreće, napominju filmske i televizijske uloge koje je Dolores igrala te se obavezno navodi kako je javnosti ipak bila poznatija po privatnom životu (usp. Buva 2015 i Milla 2016b). Posebno se naglašavaju njene veze sa slavnim starijim muškarcima, no Dolores se prema tekstovima suvereno borila s predrasudama koje su je pratile u stopu (usp. Šarić 2014b). Onaj interes za privatno koji se u sadašnjim tekstovima osuđuje, ali ipak konstantno spominje, prije njene smrti bio je fokus tekstova.

Odnos Dolores Lambaše i medija popularne kulture tema je dokumentarnog filma pod imenom *Naslovnica*. Mnogi tekstovi prate kako je Dolores prezentirana u navedenom filmu te se potvrđuje narativ u kojem se Dolores mora nositi sa predrasudama koje javnost o njoj ima te neprestanom medijskom pažnjom. Tekstovi o filmu nas informiraju kako Dolores zamjera medijima što je prikazuju prvenstveno kroz njene ljubavne veze i medijsku eksponiranost, a zanemaruju njen posao i karijeru koju bi htjela razvijati, ali ne može zbog medijskog pritiska i celetoidne etiketiranosti (usp. Peršić 2014, Šarić 2014a). Takvi tekstovi imaju gotovo poučnu

poruku kojom nastoje podići svijest o tome koliko štetno po pojedinca može biti interesiranje za isključivo privatni život slavne osobe dok se zanemaruju njen rad. U ovom slučaju ne želi se saznati kakva je Dolores *zapravo bila* ili otkriti kako je izgledao njen privatni život, nego prevladava upravo osuđujuća nota koja proziva neobzirnost i medija i javnosti koja konzumira popularnu kulturu. Mediji koji su za Doloresin život pratili samo njene privatne odnose, nakon njene smrti istu praksu osuđuju.

7.3. Posthumna reprezentacija Dolores Lambaše

Najviše medijskog prostora u ostalim člancima posvećeno je suđenju Stojanu Matavulju za prometnu nesreću koju je skrivio, a u kojoj je poginula Dolores Lambaša. Tu je kategoriju omogućila iznenadnost Doloresine smrti otvarajući mogućnosti za proširenje narativa i usmjeravanje na neke druge aktere, u ovom slučaju na Stojana Matavulja i sudski proces. Taj i takav narativ predstavlja nam Dolores kao žrtvu tragedije te potiče karakterističan način pisanja o njoj. Dolores se u navedenim člancima spominje pasivno, gotovo isključivo kao dio sudskog izvještaja prilikom opisa okolnosti nesreće. U takvom narativu o Dolores se govori kao o nesretnoj žrtvi čiji je gubitak žalostan i nenadoknadiv. Jedan nam članak donosi podatak kako je:

„Hrvatska [...] 2013. ušla u petu godinu recesije, dosegla rekordnu nezaposlenost i priključila se EU, a ustavnu definiciju braka donijela je konzervativna većina. U toj 2013. godini najčitanija vijest na hrvatskim portalima bila je ona o njezinoj [Doloresinoj op.a.] smrti“ (Peršić 2014).

Navedeni citat dovodi nas do zaključka kako je Doloresina smrt bila toliko šokantna i nenadana da je broj pregleda vijesti o njoj prešao broj pregleda drugih i drugačijih vijesti koje su formirale 2013. godinu. Taj, kako se kaže, neprežaljeni šok i nevjerica česti su motivi daljnjih tekstova o Dolores, naglašava se iznenadnost koja je uzrokovala smrt glumice koja zbog medijskog interesa za njen privatni život nije uspjela ostvariti svoj profesionalni potencijal. Ipak, Dolores se i dalje u tekstovima oslovljava prvenstveno kroz prizmu mladosti i izgleda te se veže uz problematičan odnos s medijima iz čega možemo zaključiti kako se mediji nisu previše odmakli od vlastitih praksi koje u posmrtnim tekstovima o Dolores prešutno osuđuju.

8. TOŠE PROESKI

8.1. Tjedan dana od smrti Toše Proeskog

Toše Proeski preminuo je u prometnoj nesreći blizu Nove Gradiške 16. listopada 2007. u 27. godini života. Obavijesti o smrti, tj. članka koji bi nas izvještavao o navedenoj nesreći i Tošinoj smrti nema objavljenog na portalu Večernjeg lista, pretpostavljam iz razloga što 2007. godine praksa objavljivanja članaka u online obliku nije bila tako česta kao što je danas. No određeni broj članaka ipak je objavljen u danima koji su slijedili nakon njegove smrti. Prvenstveno, sama nesreća opisana je kao „tragedij[a, op.a.] kakvu glazbena scena na ovim prostorima ne pamti“ (Grubišić i Mikac 2007). Toše je aktivno gradio pjevačku karijeru te je u trenutku smrti bio jedna od najpopularnijih slavni osoba u Hrvatskoj, a većinom i u ostalim zemljama regije. Mediji su stoga konstantno koristili neke od slijedećih izraza: „Jedna velika pjevačka karijera završila je prerano“ (Toše je otišao prerano 2007), „pjevač andeoskog glasa, balkanska pop zvijezda, makedonski pjevač nježnog izgleda i osmijeha“ (Strani mediji o pogibiji Proeskog 2007), „s velikom tugom i žalosti saznao za tragičnu smrt iznimnog glazbenika i umjetnika“ (Sanader uputio sućut makedonskom premijeru 2007). Tošu se odmah etiketiralo kao velikana, umjetnika, iznimnog pojedinca. Uz isticanje njegova glazbenog rada i talenta, posebno se u narativu o Toši ističe njegova humanost, tj. njegovo humanitarno zalaganje. I u svim kasnijim tekstovima o Toši, humanitaran rad bit će izrazito hvaljen, a Toše će biti okarakteriziran kao skroman i dobrodušan mladić.

Takva karakterizacija na neki način veže se uz narativ o Makedoniji, Tošinoj rodnoj zemlji. Tošine pozitivne karakteristike bile su i pozitivne karakteristike Makedonije, jer kako se navodi u jednom članku „Toše im je bio jedina svijetla točka“ (Borovac 2007) što je sama krajnost u simboličkom povezivanju i identificiranju ikoničke osobnosti sa cjelokupnom nacijom specifična za posthumne reprezentacije Toše. Kako god bilo, Makedonija je nakon Tošine smrti prikazana u šoku i žalosti: „Ulice njegova grada bile su pune uplakanih ljudi“, „iz svake se kuće čuo plač“ (Borovac 2007). Tošina smrt svakako je izazvala tugu kod brojnih pojedinaca, no analizirajući tekstove dobiva se uvid kako je cjelokupna nacija dijelila identično emotivno iskustvo. Jednaka prezentacija vrijedila je i za Hrvatsku. Općenito se prilikom smrti slavni osoba izvještava o generalnom, poopćenom i zajedničkom bez uvažavanja individualiziranog iskustva.

Tošina smrt svakako je bila prepoznata na institucionalnoj razini jer je u Makedonij proglašen Dan žalosti povodom njegove smrti, a u njegovom rodnom gradu to je razdoblje

produženo na tri dana (usp. Borovac 2007). Također, makedonski televizijski programi bili su prekidani izvanrednim vijestima koje su obavještavali o Tošinoj smrti (usp. Strani mediji o pogibiji Proeskog 2007). Hrvatske radijske postaje konstantno su emitirale njegove pjesme i izvještavale o pojedinostima iz njegova života, a Toše je predstavlján kao dobrodušan, vrijedan, talentiran i nesebičan umjetnik.

8.2. Komemorativne prakse posvećene Toši Proeskom

Komemoracije Toše Proeskog usmjerene su na dva datuma: 16. listopada kada je obljetnica njegove smrti te 25. siječanja kada je njegov rođendan. Na obljetnicu smrti i nekoliko dana prije organizira se *In memoriam Toše Proeski*, komemoracija koja se sastoji od nekoliko dijelova. U sklopu obilježavanja Tošine obljetnice smrti u Zagrebu se organizira dobrovoljno darivanje krvi koje nas podsjeća na njegovu nesebičnost i humanitarni rad (usp. PR 2015a). U jednoj zagrebačkoj crkvi služi se misa zadušnica (usp. VL 2016b). Svake se godine kroz više dana trči ultra maraton od Nove Gradiške do Kruševa u Makedoniji gdje se održavaju dodatne komemoracije u čast preminulom Toši (usp. VL 2016b). Cjelokupan ovaj skup različitih praksi u organizaciji je Tošinog kluba obožavatelja koji „uporno daju sve od sebe da njegovo ime i djelo nikad ne padnu u zaborav“ (ič/VLM 2009), a koji u ovom kontekstu predstavljaju zajednicu koja žaluje koju nam je ranije spomenula Gibson (usp. 2007). Prilikom dva navedena datuma često se organiziraju koncerti Toši u čast koji su često, po uzoru na njega, humanitarnog karaktera. Također, Toše je opisivan kao izrazito vrijedan u svome poslu te je ostavio mnogo nedovršenog materijala koje se nakon njegove smrti postupno objavljuje u obliku albuma neobjavljenih pjesama (usp. Album kao rođendanski dar 2009).

Uz obilježavanja koja su organizirana od strane njegovih obožavatelja, Toše je u nekoliko navrata komemoriran na institucionalnoj razini. Toše je zasada preminula slavna osoba kojoj je nakon smrti dodijeljeno najviše institucionalnih priznanja od ostalih koje sam predstavila (iako je u budućnosti realno očekivati da će i Arsen prednjačiti u toj kategoriji). Toše je dakle također predstavljen i prepoznat kao arhetipska veličina, kao heroj ili ambasador, uzor i prijatelj. Tako nam jedan članak donosi obavijest o posmrtno dodijeljenom Ordenu zasluga za Makedoniju „za vrhunske profesionalne glazbene rezultate, čime je dao doprinos promoviranju i bogaćenju makedonskih kulturnih vrijednosti, kao i za humanitarnu aktivnost“ (tp 2011). U Tošinu rodnom gradu izgrađen je memorijalni centar (usp. Album kao

rođendanski dar 2009), u Novoj Gradiški izgrađen je njegov spomenik (usp. Gajdukov 2010), pokrenut je projekt da se ulica u Skoplju nazove njegovim imenom (usp. Toše Proeski dobiva ulicu po uzoru na Central Park 2009) itd. Postoji dakle mnogo inicijativa koje za rezultat imaju postaviti Tošino ime na gradsku površinu, učiniti ga vidljivim i na taj način obilježiti, pokazati ili održati njegov značaj.

Toše je u cjelokupnom narativu i dalje okarakteriziran skromno i dobroćudno. Njegovi ga kolege i dalje opisuju najpozitivnijim epitetima, tekstovi se i dalje koriste nekima od ranije navedenih naziva: *makedonski slavuj*, *balkanski princ*, *anđeo* itd. On, koji je bio na poseban način posvećen svojoj publici, je „spojio Hrvatsku i Makedoniju“ (vb/vlm 2013b), kako u uživanju svoga rada tako i u žalovanju te komemoriranju. S obzirom na to da je Toše kronološki preminuo prije ostalih slavnih osoba o kojima sam analizirala tekstove, jasno je vidljivo kako su se komemorativne prakse njemu u čast već uigrale, usustavile i kanonizirale.

8.3. Posthumna reprezentacija Toše Proeskog

Toše je u svim kasnijim tekstovima zadržao istu karakterizaciju kao i prije. Dodatno se naglašavaju njegovi glazbeni uspjesi, ugodan vokal i vrsna interpretacija pjesama. Održava se narativ da „Toše Proeski i dalje živi kroz svoju bogatu glazbenu baštinu, kroz svoje pjesme“ (Vecernji.hr 2016a) koja se objavljivala u nekoliko navrata nakon njegove smrti u obliku kompilacija njegovih najpoznatijih pjesama ili u obliku albuma dosad neobjavljenih radova koje Toše za života nije uspio dovršiti. Njegova glazba u određenim člancima navodi se kao promotivni materijal koji je nagrada enigmatike (usp. VL 2015) ili se može kupiti uz određeni broj dnevnika (usp. VL 2013a).

Narativ o Toši isprepliće se s drugim slavnim osobama kao što je narativ o Dolores Lambaši jer su se naglašavale sličnosti između njihovih smrti; oboje su preminuli na istoj dionici autoceste u listopadu u jutarnjim satima itd. (usp. Balen 2014). Kategorija njihove sličnosti otvorila je prostor drugačijim narativima da postanu vidljivi te su njihovi slični uvjeti smrti iznjedrili nekoliko članaka koji preispituju nadnaravne konotacije vezane ili uz samog Tošu i numerološke pretpostavke (usp. Gajdukov 2010) ili uz navodnu opsjednutost određene dionice autoceste (usp. Balen 2014). Narativ o Toši isprepliće se i s njegovom djevojkom o čijem se životu naknadno izvještava (usp. Marinović 2014). Također se spominje i kao neprestani uzor mladih glazbenika (usp. Šarić 2015). Općenito, reprezentacija Toše nije se značajno promijenila prije i poslije njegove smrti, prate ga iste karakteristike, samo što se

nakon njegove smrti narativ o njemu puni neprežaljenim fatalističkim pitanjima što je sve mogao ostvariti da nije prerano umro.

9. ANALIZA KOMENTARA

Analizom komentara koji su pisani na obrađene tekstove dobila sam uvid u drugačiju prizmu samih članaka. Možemo reći kako na platformi internetskog portala komentari predstavljaju način na koji su tekstovi primljeni, doživljeni i percipirani. Iako na umu moramo imati specifičnost istraživanja interneta i njegovih sadržaja kao što je administratorski autoritet koji kontrolira što se na stranici prikazuje ili jednostavno činjenica da komentare ne pišu svi, nego samo manji broj korisnika stranice, komentari u ovom slučaju predstavljaju konzumetne popularne kulture. Proučavanjem komentara zapravo proučavamo odjeke medijskog diskursa reprezentacija slavnih osoba.

Analizirajući narativ komentara uočila sam kako sadrže značajne međusobne sličnosti, bez obzira o kome se članak piše. Određeni obrasci ponavljaju se u komentarima svih članaka koje sam obradila što znači da se većina komentara mogla primijeniti na narative o različitim slavnim osobama. Ono što ipak čini razliku u narativu komentara je učestalost određenog obrasca. Pojasnit ću na primjeru: u svim komentarima možemo uočiti obrasce onih komentara koji su život i djelo slavne osobe trivijalizirali i opovrgavali te onih koji su izražavali iskrenu sućut i podržavali rad i značaj slavne osobe. No na tekstove o Arsenu Dediću ima više pozitivnih komentara (samim time i manje negativnih) nego na tekstove o Dolores Lambaši. Dakle, iako se na obje skupine tekstova pojavljuju i pozitivni i negativni komentari, o Arsenu se i u komentarima piše prvenstveno pozitivno, dok to nije slučaj na primjeru tekstova o Dolores. Općenito Arsena i komentari potvrđuju kao značajnog umjetnika koji je obilježio mnoge generacije i čiji se rad doista poštuje. Slično je i s komentarima na tekstove o Toši: većina komentara predstavlja ga kao dobrodušnog, skromnog, vrsnog pjevača, njegova smrt kategorizirana je kao tragedija, kao i u većini tekstova naglašava se njegova humanitarna angažiranost. Iako i tekstovi o Arsenu i Toši imaju negativne komentare koji ne odobravaju njihov rad i njihove obožavatelje, oni su u osjetnoj manjini. Istaknula bih kako tekstovi o Dolores ipak imaju najviše negativnih komentara koji prvenstveno kritiziraju medijski interes za Dolores koji nastaje tek nakon njene smrti te pozitivne osobine koje joj mediji tek nakon smrti pripisuju. Ipak, zanimljivo je da u tekstovima koji tematiziraju sudski proces u kojem je optužen Stojan Matavulj komentari Dolores opisuju primarno kao žrtvu neopreznog vozača.

Ona tada nije samo medijska osoba o kojoj se nakon smrti piše više nego za njezina života, ona predstavlja mladi život koji se ugasio zbog nepromišljenosti vozača. Komentari o Žuži podjednako su pozitivni i negativni, no ona je kronološki posljednja preminula tako da se u budućim tekstovima i komentarima razlika pozitivnih i negativnih komentara može povećati.

Htjela bih naglasiti kako ne postoje samo naprosto pozitivni ili negativni komentari, već i oni imaju određene kategorije unutar sebe. Na primjer pod onime što nazivam pozitivnim komentarima uočavaju se oni koji su poznatu osobu iskreno simpatizirali, ali i oni koji će iz sažaljenja prema mrtvoj osobi komentirati neka ona počiva u miru. Negativni komentari sadrže oštre osude preminulih slavnih, ali i sukob obožavatelja s neobožavateljima. Također su vidljivi i česti komentari koji nisu povezani uz karakterizaciju ili uvažavanje preminule slavne osobe, nego uz određeni negativan stav prema općenitim praksama medija. Mnogi komentari osuđuju medijsku hiperprodukciju sadržaja o preminulim slavnim osobama na način da medije nazivaju *lešinarima* koji iz nečije smrti izvlače korist. Iako je takav stav najvidljiviji u prvim danima kada je između ostalog i najzgušnjatija produkcija takvih tekstova, on se pojavljuje i u komentarima na kasnije tekstove. Komentatori koji, rekli smo predstavljaju konzumente popularne kulture istu tu kulturu u obliku medija prozivaju zbog hiperprodukcije sadržaja o preminulim slavnima iz dva razloga: prvi je taj da bi se preminule trebalo pustiti da počivaju u miru, a da mediji njihovu smrt ne iskorištavaju za vlastitu zaradu, a drugi je razlog taj što mnogi smatraju da je nebitno i nepotrebno pisati o preminulim slavnim osobama. Takav se narativ također javlja u svim komentarima neovisno o kojoj se preminuloj slavnoj osobi radi. O Žuži, Dolores i Toši, te u manjoj mjeri o Arsenu, mnogi smatraju da je nepotrebno pisati jer ima puno društveno relevantnijih tema za dnevne novine.

Komentari su razina na kojoj konzumenti popularne kulture izražavaju svoje shvaćanje popularne kulture i načina na koji ima se ona prezentira. Iako mediji narativ o slavnoj osobi u određenoj mjeri mijenjaju nakon njene smrti, to se isto ne događa s komentarima. Komentari su konstanta koju nije lako, ili uopće moguće promijeniti. Slojevitost, raznovrsnost te ambivalentnost koje slavu osobu prate u životu uz nju se vežu i nakon njene smrti, tj. oni koji su za života poštovali lik i djelo određene slavne osobe to će činiti i kada osoba premine, i obrnuto.

10. ZAKLJUČAK

Zaključili smo dakle kako popularnu kulturu čine tri sustavna elementa: slavne osobe, mediji i konzumenti sadržaja popularne kulture. Navedeni su sastavni elementi toliko povezani da ih je nemoguće proučavati zasebno te se ovaj rad nužno morao pozabaviti svim navedenim elementima prilikom proučavanja nekropoetike koju smo definirali kao poseban narativ i sustav vrijednosti koji mediji konstruiraju prilikom smrti slavne osobe. Kada slavna osoba umre, ona dobiva novi medijski život; iako njeno fizičko i ceremonijalno tijelo više nisu eksponirani, njihova medijska reprezentacija poprima sasvim drugačiji oblik. Uz hiperprodukciju sadržaja o preminulim slavnima mediji procesima glorifikacije, sakralizacije i kanonizacije slavnju osobu i njen rad institucionaliziraju u popularnoj (i općoj) kulturi. Njihov se rad cijeni na novoj, drugačijoj razini jer će se on tek u trenutku njihove smrti navodno potpuno i ispravno vrednovati, a njihove karakterne osobine poprimiti će gotovo junačke odlike. Izvanredan status tradicionalnih ili etabliranih slavnih osoba dodatno se potvrđuje i učvršćuje, a celetoidi poprimaju humaniji oblik dok se mediji svim silama trude predstaviti ih kao tradicionalne slavne osobe.

Na taj način mediji konstruiraju gotovo arhetipski oblik preminulih slavnih naglašavajući isključivo njihove profesionalne i privatne uspjehe te općeljudski prihvaćene kvalitete i vrijednosti. Zanimajući njihove skandale, ovisnosti, probleme, mediji promiču sveopću solidarnost koja nas nastoji naučiti kako smo u smrti svi zavrijedili osnovu ljudske pristojnosti i poštovanja. Na društvenim se mrežama također potiče solidarnost jer ona, kao i kod klasičnih medija, poboljšava i proširuje domet konzumacije svog produkta. Ipak, online sadržaji i društvene mreže, pa tako i internetski portali sadržavaju korisničku sferu koju čine konzumenti popularne kulture. Oni prezentirane sadržaje ne prihvaćaju kao naprosto takve, već o njima konstruktivno promišljaju. U online sukobima obožavatelja i ne-obožavatelja vidimo dvije razine popularne kulture, onu koja je konzumira i odobrava te onu koja je također konzumira, ali osuđuje. Stoga na društvenim mrežama i portalima često funkcioniraju kao kontrapunkt nekropoetičkom narativu.

Kritičkom analizom diskursa nastojala sam čitajući ono što je eksplicitno napisano uvidjeti ono što je ostalo skriveno. Na primjeru preminulih slavnih osoba čije sam medijske sadržaje istraživala predstavila sam nekropoetiku i njenu manifestaciju koja može poprimiti različite oblike sukladno varijabilnostima popularne kulture, no uvijek zadržava jednak sustav vrijednosti. Tako sam uočila da je preminula slavna osoba uvijek najbolja verzija sebe. Starije preminule osobe, u mom slučaju Žuži i Arsen, oličenje su bogatog života i nepogrešive mudrosti stečene neusporedivim životnim iskustvom. Tragično preminule mlađe osobe,

Dolores i Toše, utjelovljuju društveni pijetet, prizivaju na suosjećanje i sažaljenje. Popularna kultura koja cijeni mladost i fizičku ljepotu iste karakteristike naglašava kod preminulih mladih, prvenstveno ženskih osoba, kao što smo vidjeli na primjeru Dolores koja je velikim dijelom okarakterizirana svojim izgledom, dok to isto nije vidljivo u narativu o Toši ili drugim spomenutim slavnima. Očito je dakle za njenu karakterizaciju bio presudan njen spol. Njene odlike mladosti i konvencionalne ljepote konstruiraju konotaciju nevinosti (usp. Davies 2010:145) koja je dodatno suprotstavljena njenom tragičnom završetku. Nekropoetika ipak sve navedene slavne osobe predstavlja u superlativima, idealiziranima, nesavršeno savršenima. Oni su također izrazito vezani uz kategoriju prostora, Žuži uz centar Zagreba, Arsen kojega prisvajaju i Šibenik i Zagreb, Dolores koja je šibenska mezimica, te Toše koji predstavlja cijelu Makedoniju. Njihova je persona uzdignuta na višu, simboličku, arhetipsku razinu. Oni su prilikom posmrtnih medijskih reprezentacija poprimili određene kalupe kroz koje ih se naknadno karakterizira; Arsen je predan svestran nenadmašan umjetnik, Dolores je lijepa i neshvaćena žrtva, Toše je dobroćudan i skroman, a Žuži je mudra i vesela. To su njihova glavna distinktivna obilježja koje su mediji istakli od svih drugih te koja im služe kao kodovi prilikom karakterizacije i predstavljanja navedenih slavnih osoba.

Komentari na tekstove članaka sastavni su dio objava internetskog portala na jednak način kako su konzumenti sastavni dio popularne kulture. To znači da su nezamjenjiva instanca koja nam omogućuje otvor u proučavanje recepcije i promišljanja popularne kulture od strane njenih konzumenata. Koliko god se nekropoetički narativ nameće u tekstovima članaka (ali i u općenitoj popularnoj kulturi), komentari osuđuju njegov sustav i njegove manifestacije. Koliko god Dolores mediji predstavljaju kao nevinu žrtvu, komentari će i dalje osuđivati njene životne izbore i medijske nastupe. Komentari su konstanta, dok se narativ o slavnoj osobi mijenja u trenutku njihove smrti. Oni na određen način kritički kontroliraju utjecaj nekropoetičkog diskursa u društvu omeđujući njegovo djelovanje. Ovim sam radom, nadam se, uspjela istaknuti djelovanje i domet jednog segmenta popularne kulture, ali istovremeno i pokazati jednu od strategija percepcije i preradbe dobivenih informacija njenih konzumenata.

11. LITERATURA

BARRY, Elizabeth. 2008. „Celebrity, cultural production and public life“. *International Journal of Cultural Studies* 11/3:251-258.

BLOCH, Peter H. i RADFORD, Scott K. 2012. „Grief, commiseration, and consumption following the death of a celebrity“. *Journal of Consumer Culture* 12/2:137-155.

CONNERTON, Paul. 2004. „Komemorativne ceremonije“. U *Kako se društva sjećaju*, Zagreb: Antibarbarus, 61-106.

COOPER, B. Lee. 2005. „Tribute Discs, Career Development and Death: Perfecting the Celebrity Product From Elvis Presley to Stevie Ray Vaughan“. *Popular Music and Society* 28/2:229-248.

DAVIES, Cath. 2010. „Technological taxidermy: Recognisable faces in celebrity deaths“. *Mortality* 15/2:138-153.

DURANTI, Alessandro i KEATING, Elizabeth. 2011. „Discourse and Culture“. U *Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction*, ur. Teun A. van Dijk. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 331-356.

FAIRCLOUGH, Norman, MULDERRIG, Jane i WODAK, Ruth. 2011. „Critical Discourse Analysis“. U *Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction*, ur. Teun A. van Dijk. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 357-376.

GIBSON, Margaret. 2007. „Some thoughts on celebrity deaths: Steve Irwin and the issue of public mourning“. *Mortality* 12/1:1-3.

HARJU, Anu. 2014. „Socially Shared Mourning: Construction and Consumption of Collective Memory“. *New Review of Hypermedia and Multimedia* 21/1-2:123-145. <http://dx.doi.org/10.1080/13614568.2014.983562> (pristup 19.3.2017.).

HARRIS, Daniel. 2008. „Celebrity Deaths“. *The Antioch Review* 66/4:616-624.

HEDGES, Chris. 2011. „Opsjena pismenosti“. U *Carstvo opsjena. Kraj pismenosti i trijumf spektakla*, Zagreb: Algoritam, 11-70.

HORTON, Donald i WOHL, Richard R. 1956. „Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance.“ u *Psychiatry* Vol. 19, str: 215-229.

HOURAN, James, LANGE, Rense i McCUTCHEON, Lynn E. 2011. „Celebrity and Parasocial Relationships“. U *Media Psychology*, ur. Gayle Brewer. Houndmills: Palgrave Macmillan, 115-132.

HROMADŽIĆ, Hajrudin. 2014. *Medijska konstrukcija društvene zbilje: socijalno-ideološke implikacije produkcije medijskog spektakla*. Zagreb: AGM.

PETERSEN, Anne Helen. 2014. „Beyoncé, Kim, and the Politics of Celebrity Labor“. *The Baffler*, 31. ožujak. <https://thebaffler.com/blog/beyonce-kim-and-the-politics-of-celebrity-labor> (pristup 11.3.2017.).

PLEŠE, Iva. 2006. «Jesam li bila na terenu? O etnografiji elektroničkog dopisavanja». U: *Etnologija bliskoga. Poetika i politika suvremenih terenskih istraživanja*, ur. Jasna Čapo Žmegač, Valentina Gulin Zrnić i Goran Pavel Šantek. Zagreb: Jesenski i Turk, 117-138.

PLEŠE, Iva. 2011. «Od virtualnog prostora do web-mjesta. Web forumi i fizički lokaliteti». U: *Mjesto, nemjesto. Interdisciplinarna promišljanja prostora i kulture*, ur. Jasna Čapo i Valentina Gulin Zrnić. Zagreb: Biblioteka Nova etnografija, 393-398.

SVENSSON, Birgita. 1995. «Lifetimes - Life History and Life Story. Biographies of Modern Sweidsh Intellectuals». *Ethnologia Scandinavica* 25/1:25-42.

STERNHEIMER, Karen. 2011. „Enduring dilemmas of female celebrity“. *Context* 10/3:44-49.

VUKADINOVIĆ, Maja. 2013. *Zvezde supermarket kulture. Medijska slava u potrošačkom društvu*. Beograd: Clio.

12. IZVORI

„Album kao rođendanski dar“. *Večernji list*, 25. siječanj, 2009. <http://www.vecernji.hr/glazba/album-kao-rodjendanski-dar-857808> (pristup 6.12.2016.).

BALEN, Vedran. 2014. „Austocestom hoda žena u crnini i čuje se dječji plač“. *Večernji list*, 31. srpanj. <http://www.vecernji.hr/zanimljivosti/autocestom-hoda-zena-u-crnini-i-cuje-se-djecji-plac-953295> (pristup 6.12.2016.).

BALEN, Vedran i BOSNO, Kristina. 2013. „Bila je zarazna pozitivna energija kojom je zračila“. *Večernji list*, 23. listopada. <http://www.vecernji.hr/hrvatska/bila-je-zarazna-pozitivna-energija-kojom-je-zracila-632187> (pristup 13.11.2014.).

BALIJA, Petar. 2016. „Za Dan žena na večer poezije i ispijanje ružičastih vina“. *Večernji list*, 8. ožujka. <http://www.vecernji.hr/zg-zivot/za-dan-zena-na-vecer-poezije-i-ruzicasta-vina-1066341> (pristup 5.12.2016.).

BOROVAC, Martina. 2007. „Makedonija plače“. *Večernji list*, 16. listopada. <http://www.vecernji.hr/crna-kronika/makedonija-place-835202> (pristup 6.12.2016.).

BOŽIĆ, Tanja. 2016a. „Zavodila je istinama o seksu i muškarcima“. *Večernji list*, 25. siječnja. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/zuzi-jelinek-zavodila-je-istinama-o-seksu-i-muskarcima-1054703> (pristup 5.12.2016.).

BOŽIĆ, Tanja. 2016b. „Šnajderica koja je i Titu rekla: 'Ne!'“. *Večernji list*, 26. siječnja. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/snajderica-koja-je-i-titu-rekla-ne-1054997> (pristup 5.12.2016.).

BOŽIĆ, Tanja. 2016c. „Četiri braka i život pun ljubavi“. *Večernji list*, 27. siječnja. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/cetiri-braka-i-zivot-pun-ljubavi-1055331> (pristup 5.12.2016.).

BUVA, Mia. 2015. „Prije točno dvije godine život je izgubila Dolores Lambaša“. *Večernji list*, 23. listopada. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/prije-tocno-dvije-godine-zivot-je-izgubila-dolores-lambasa-1032489> (pristup 14.12.2016.).

BUVA, Mia, CAR, Maja i CAREVIĆ, Ivana. 2015. „Đorđe Balašević: Velika je sada tuga... otišla je istinska legenda, legenda svjetskog kalibra...“. *večernji list*, 18. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/poznati-se-oprastaju-od-arsena-dedica-na-drustvenim-mrezama-1019850> (pristup 5.12.2016.).

BUVA, Mia i PULJIĆ-ŠEGO, Iva. 2016. „Preminula legendarna Žuži Jelinek“. *Večernji list*, 23. siječnja. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/u-96-godini-preminula-legendarna-spisateljica-zuzi-jelinek-1054461> (pristup 5.12.2016.).

BUVA, Mia i RIMAC LESIČKI, Ivana. 2015. „Preminuo legendarni kantautor Arsen Dedić“. *Večernji list*, 17. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/preminuo-arsen-dedic-1019843> (pristup 5.12.2016.).

BUVA, Mia i Vecernji.hr 2015. „Gabi, Matija i Lu dirljivom pjesmom odali počast Arsenu!“. *Večernji list*, 3. prosinac. <http://www.vecernji.hr/estrada/gabi-novak-lea-dekleva-lu-matija-predstavili-pjesmu-u-cast-arsenu-dedicu-1042120> (pristup 5.12.2016.).

CAR, Maja. 2016. „Žiri očarala Bernarda Bruno, a publiku Marko Škugor“. *Večernji list*, 22. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/party/ziri-ocarala-bernarda-bruno-a-publiku-marko-skugor-1107947> (pristup 5.12.2016.).

CAREVIĆ, Ivana. 2015. „Cijela Varoš na jednom televizoru gledao je Arsena na Splitskom festivalu i pitao se tko mu je ta 'Stara cura'“. *Večernji list*, 18. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/glazba/cijeli-varos-na-jednom-televizoru-gledao-je-arsena-na-splitskom-festivalu-1020018> (pristup 5.12.2016.).

CAREVIĆ, Ivana. 2016. „Teke optužbe iznose kći i sin Žuži Jelinek“. *Večernji list*, 18. travnja. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/teske-optuzbe-iznose-kci-i-sin-zuzi-jelinek-1077103> (pristup 5.12.2016.).

ČULIG, Lana. 2013. „'Uvije su me razočarali oni kojima sam dala ljubav'“. *Večernji list*, 26. listopada. <http://www.vecernji.hr/uvijek-su-me-razocarali-oni-kojima-sam-dala-ljubav-633425> (pristup 13.11.2014.).

GAJDUKOV, Boris. 2010. „Tužna obljetnica: Spomenik i film za neprežaljenog Tošu Proeskog“. *Večernji list*, 16. listopada. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/tuzna-obljetnica-spomenik-i-film-za-neprezaljenog-tosu-proeskog-203886> (pristup 6.12.2016.).

GRUBIŠIĆ, Petar i MIKAC, N. 2007. „Toše Proeski zauvijek utihnuo“. *Večernji list*, 17. Listopad. <http://www.vecernji.hr/tose-proeski-zauvijek-utihnuo-835229> (pristup 6.12.2016.).

HORVAT, Hrvoje. 2015. „Nije baš nikada iskorištavao svoju moć i nije bilo šanse da popusti niskim estradnim strastima“. *Večernji list*, 23. Kolovoz. <http://www.vecernji.hr/glazba/arsen-dedic-nije-bas-nikada-iskoristavao-svoju-moc-i-nije-bilo-sanse-da-popusti-niskim-estradnim-strastima-1020698> (pristup 5.12.2016.).

HORVAT, Hrvoje. 2016. „Arsenovo djelo ne prolazi“. *Večernji list*, 17. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/glazba/arsenovo-djelo-ne-prolazi-1106823> (pristup 5.12.2016.).

IČ/VLM. 2009. „Molitva za preminuog Tošu Proeskog spojiti će tisuće njegovih obožavatelja“. *Večernji list*, 15. listopada. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/molitva-za-preminulog-tosu-proeskog-spojiti-ce-tisuce-negovih-obozavatelja-35072> (pristup 6.12.2016.).

Jek/VLM. 2013. „Lambašini kolege i prijatelji šokirani vijesću o njenoj smrti“. *Večernji list*, 23. listopada. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/lambasini-kolege-i-prijatelji-sokirani-vijescu-o-njenoj-smrti-631780> (pristup 13.11.2014.).

KALOGJERA, Ivana. 2016. „Pjesmu 'Selma' Vlade Dijaka Selma Borić prvi je put čula na koncertu Bijelog dugmeta“. *Večernji list*, 26. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/pjesmu-selma-vlade-dijaka-selma-boric-prvi-je-put-cula-na-koncertu-bijelog-dugmeta-1108974> (pristup 5.12.2016.).

Kb/vb. 2013. „Tijek tragične nesreće u kojoj je život izgubila Dolores Lambaša“. *Večernji list*, 23. listopada. <http://www.vecernji.hr/hrvatska/tijek-tragicne-nesrece-u-kojoj-je-zivot-izgubila-dolores-lambasa-632229> (pristup 13.11.2014.).

LECHPAMMER, Stela. 2015. „Gibonni: Bio je svjetska klasa, čast je bila učiti od njega“. *Večernji list*, 24. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/zg-vijesti/brojni-kolege-i-prijatelji-ispratili-arsena-dedica-1020908> (pristup 5.12.2016.).

MARINOVIĆ, Barbara. 2014. „Posljednja djevojka Toše Proeskog rodina sina u Skoplju“. *Večernji list*, 4. ožujak. <http://www.vecernji.hr/estrada/posljednja-djevojka-tose-proeskog-rodila-sina-u-skopju-924727> (pristup 6.12.2016.).

MARINOVIĆ, Barbara. 2015. „Tereza Kesovija održala u Dubrovniku koncert posvećen Arsenu Dediću“. *Večernji list*, 20. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/tereza-kesovija-odrzala-u-dubrovniku-koncert-posvecen-arsenu-dedicu-1020237> (pristup 5.12.2016.).

MILLA, Samir. 2015. „Milijardu dolara za Michaela Jacksona, našim glazbenicima 50.000 kuna godišnje“. *Večernji list*, 3. studenog. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/zaraduju-i-nakon-smrti-milijardu-dolara-za-michaela-jacksona-nasim-glazbenicima-50000-kuna-godisnje-1034822> (pristup 5.12.2016.).

MILLA, Samir i ZAJOVIĆ, Milena. 2015. „Odlazak Arsena Dedića dirnuo je sve generacije, voljeli su ga i rokeri i reperi“. *Večernji list*, 20. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/glazba/odlazak-velikog-kantautora-arsena-dedica-dirnuo-je-sve-generacije-voljeli-su-ga-i-rokeri-i-reperi-1020335> (pristup 5.12.2016.).

MILLA, Samir. 2016a. „Obdukcija pokazala da je smrt Žuži Jelinek bila prirodna“. *Večernji list*, 28. travnja. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/obdukcija-pokazala-da-je-smrt-zuzi-jelinek-bila-prirodna-1079956> (pristup 5.12.2016.).

MILLA, Samir. 2016b. „Prošle su tri godine od smrti Dolores Lambaše“. *Večernji list*, 23. listopada. <http://www.vecernji.hr/prosle-su-tri-godine-od-smrti-dolores-lambase-1123181> (pristup 14.12.2016.).

MILLA, Samir. 2016c. „Sin i zet posvetili pjesme Arsenu“. *Večernji list*, 29. travanj. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/sin-i-zet-posvetili-pjesme-arsenu-1080241> (pristup 5.12.2016.).

OREMOVIĆ, Arsen. 2015a. „Arsenologija: Arsenove filozofije o životu i ljubavi“. *Večernji list*, 19. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/glazba/ono-sve-sto-znamo-o-arsenu-ne-bi-u-dvije-tri-rijeci-stalo-1020015> (pristup 5.12.2016.).

OREMOVIĆ, Arsen. 2015b. „Sve što se moglo reći o životu, ljubai i ljubavnim mukama Arsen je rekao“. *Večernji list*, 19. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/glazba/sve-sto-se-moglo-reci-o-zivotu-ljubavi-i-ljubavnim-mukama-arsen-je-rekao-1020013> (pristup 5.12.2016.).

PERICA, Silvana. 2015a. „Evo što je Arsen poručio u intervjuu prije mjesec dana“. *Večernji list*, 17. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/evo-sto-je-arsen-porucio-u-intervjuu-prije-mjesec-dana-1019846> (pristup 5.12.2016.).

PERICA, Silvana. 2015b. „U svom zadnjem intervjuu Arsen mi je rekao: 'Molim vas nemojte me povrijediti'“. *Večernji list*, 19. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/u-svom-zadnjem-intervjuu-arsen-mi-je-rekao-molim-vas-nemojte-me-povrijediti-1019866> (pristup 5.12.2016.).

PERŠIĆ, Jana. 2014. „Emotivni dokumentarac o Dolores Lambaši pred zagrebačkom publikom“. *Večernji list*, 7. listopada. <http://www.vecernji.hr/film/emotivni-dokumentarac-silvane-mendusic-o-dolores-lambasi-od-subote-u-nezavisnim-kinima-965506> (pristup 13.11.2014.).

POFUK, Branimir. 2015. „Arsenu se nije sviđao jazz, ali bio je sretan što vježbam deset sati na dan“. *Večernji list*, 14. rujan. <http://www.vecernji.hr/glazba/arsenu-se-nije-svidao-jazz-ali-bio-je-sretan-sto-vjezbam-deset-sati-na-dan-1024574> (pristup 5.12.2016.).

PR članak. 2015a. „Fanovi Toše Proeskog i ove godine organiziraju dobrovoljno darivanje krvi“. *Večernji list*, 1. listopada. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/fanovi-tose-proeskog-i-ove-godine-organiziraju-dobrovoljno-darivanje-krvi-1028116> (pristup 6.12.2016.).

PR članak. 2015b. „Objavljen dvostruki CD i DVD 'Rade Šerbedžija i Zapadni kolodvor - Lisinski 2015'“. *Večernji list*, 15. prosinac. <http://www.vecernji.hr/glazba/objavljen-dvostruki-cd-i-dvd-rade-serbedzija-i-zapadni-kolodvor-lisinski-2015-1045123> (pristup 5.12.2016.).

„Sanader uputio sućut makedonskom premijeru“. *Večernji list*, 16. listopad, 2007. <http://www.vecernji.hr/hrvatska/sanader-uputio-sucut-makedonskom-premijeru-835211> pristup (6.12.2016.).

„Strani mediji o pogibiji Proeskog“. *Večernji list*, 16. listopad 2007. <http://www.vecernji.hr/strani-mediji-o-pogibiji-proeskog-835186> (pristup 6.12.2016.).

ŠARIĆ, Frane. 2015. „Tamo, tamo da putujem, tamo , tamo da tugujem...! Šibenik se oprostio od svog velikog sina“. *Večernji list*, 21. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/arsen-dedic-sibenik-se-oprasta-od-velikog-glazbenika-1020483> (pristup 5.12.2016.).

ŠARIĆ, Jelena. 2014a. „Dolores je bila krhka, ali imala je i neki inat“. *Večernji list*, 28. veljače. <http://www.vecernji.hr/estrada/dolores-je-bila-krhka-ali-imala-je-i-neki-inat-924132> (pristup 21.10.2014.).

ŠARIĆ, Jelena. 2014b. „Teško se pomiriti s time da njezina smijeha više nema“. *Večernji list*, 23. listopad. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/tesko-se-pomiriti-da-njezina-smijeha-vise-nema-968941> (pristup 13.11.2014.).

ŠARIĆ, Jelena. 2015. „The Voice iznjedrio nove zavodnike: Marin, Jure i Dino novi su miljenici djevojaka“. *Večernji list*, 30. ožujak. <http://www.vecernji.hr/the-voice/the-voice-marin-jure-i-dino-novi-su-miljenici-djevojaka-997792> (pristup 6.12.2016.).

„Toše je otišao prerano“. *Večernji list*, 16. Listopad, 2007. <http://www.vecernji.hr/crna-kronika/tose-je-otisao-prerano-835203> (pristup 6.12.2016.).

„Toše Proeski dobiva ulicu po uzoru na Central Park“. *Večernji list*, 15. siječanj, 2009. <http://www.vecernji.hr/glazba/tose-proeski-dobiva-ulicu-po-uzoru-na-central-park-856147> (pristup 6.12.2016.).

Tp. 2011. „Toše Proeski posmrtno će dobiti Orden zasluga za Makedoniju“. *Večernji list*, 26. siječanj. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/tose-proeski-posmrtno-ce-dobiti-orden-zasluga-za-makedoniju-244381> (pristup 6.12.2016.).

Vb/VLM. 2013a. „Dolores Lambaša preminula nakon teške prometne nesreće“. *Večernji list*, 23. listopad. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/dolores-lambasa-preminula-nakon-teske-prometne-nesrece-631716> (pristup 27.3.2017.).

Vb/vlm. 2013b. „I Dalibor Petko trčao maraton u čast Toši Proeskom“. 13. listopada. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/i-dalibor-petko-trcao-maraton-u-cast-tosi-proeskom-626782> (pristup 6.12.2016.).

VL. 2013a. „CD Toše Proeskog s najboljim pjesmama“. *Večernji list*, 21. siječanj. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/cd-tose-proeskog-s-najljepsim-pjesmama-500141> (pristup 6.12.2016.).

VL. 2013b. „Snažna vanjšina iza koje se krije krhka i osjetljiva srna“. *Večernji list*, 24. listopada. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/snazna-vanjstina-iza-koje-se-krije-krhka-i-osjetljiva-srna-632463> (pristup 13.11.2014.).

VL. 2015. „Večernjakova enigmatika 64, 65 i 66“. *Večernji list*, 13. studeni. <http://www.vecernji.hr/nagradne-igre/vecernjakova-enigmatika-64-65-i-66-1033885> (pristup 6.12.2016.).

VL. 2016a. „Najljepši hommage Zagrebačke filharmonije Arsenu Dediću“. *Večernji list*, 8. Listopad. <http://www.vecernji.hr/estrada/najljepsi-hommage-zagrebacke-filharmonije-arsenu-dedicu-1119568> (pristup 5.12.2016.).

VL. 2016b. „U spomen na Tošu Proeskog sutra kreće maraton od Nove Gradiške do Kruševa“. *Večernji list*, 13. listopada. <http://www.vecernji.hr/estrada/u-spomen-na-tosu-proeskog-sutra-krece-maraton-od-nove-gradiske-do-kruiseva-1120842> (pristup 6.12.2016.).

Vecernji.hr. 2015a. „Ana Majhenić o Arsenu Dediću: Pratio me kroz život, a da nije ni znao“. *Večernji list*, 18. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/ana-majhenic-o-arsenu-dedicu-pratio-me-kroz-zivot-a-da-nije-ni-znao-1019940> (pristup 5.12.2016.).

Vecernji.hr. 2015b. „Arsen Dedić napisao je neke od najboljih stihova na ovim prostorima“. *Večernji list*, 18. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/arsen-dedic-pisao-je-remekdjela-1019921> (pristup 15.12.2016.).

Vecernji.hr. 2015c. „Inicijativa za imenovanje jednog broda Jadrolinije po Arsenu Dediću“. *Večernji list*, 5. studeni. <http://www.vecernji.hr/hrvatska/inicijativa-za-imenovanje-jednog-broda-jadrolinije-po-arsenu-dedicu-1035483> (pristup 5.12.2016.).

Vecernji.hr. 2015d. „Specijal o Arsenu Dediću: Otišao je umjetnik usađen u sve pore života kakvog nismo imali od Krleže i Marinkovića“. *Večernji list*, 18. kolovoz.

<http://www.vecernji.hr/hrvatska/otisao-je-umjetnik-usaden-u-sve-pore-zivota-kakvog-nismo-imali-o-krleze-i-marinkovica-1019864> (pristup 5.12.2016.).

Vecernji.hr. 2015e. „Veliko prijateljstvo: Doktorica Nela Sršen pisala Arsenu prije njegove smrti“. *Večernji list*, 18. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/veliko-prijateljstvo-doktorica-nela-srsen-pisala-arsenu-prije-njegove-smrti-1019964> (pristup 5.12.2016.).

Vecernji.hr. 2016a. „Neponovljivi Toše Proeski danas bi proslavio 35. rođendan!“ *Večernji list*, 25. siječanj. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/uvijek-u-nasim-srcima-neponovljivi-tose-proeski-danas-bi-proslavio-35-rodendan-1054799> (pristup 6.12.2016.).

Vecernji.hr. 2016b. „U mirogojskim arkadama ispraćena legendarna Žuži Jelinek“. *Večernji list*, 28. siječnja. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/pod-arkadama-na-mirogoju-otpracena-legendarna-zuzi-jelinek-1055693> (pristup 5.12.2016.).

Večernji.hr. 2015. „Pročitajte što je Arsen Dedić rekao Glasu Koncila 1971. u povodu pjesme 'Majka Marija'. *Večernji list*, 21. kolovoz. <http://www.vecernji.hr/hrvatska/procitajte-sto-je-arsen-dedic-rekao-glasu-koncila-1971-u-povodu-pjesme-majka-marija-1020453> (pristup 5.12.2016.).

Večernji.hr. 2016. „Ana Lendvaj, Večernjakova likovna i modna kritičarka, preminula u 67. godini“. *Večernji list*, 23. veljače. <http://www.vecernji.hr/vizualna-umjetnost/vecernjakova-likovna-i-modna-kriticarka-ana-lendvaj-preminula-u-67-godini-1062579> (pristup 5.12.2016.).

VUKOVIĆ, Slavica. 2013. „Bila si bećar, žena i djevojčica. Vatra, divlja rijeka. Bila si glumica!“ *Večernji list*, 25. listopada. <http://www.vecernji.hr/zvijezde/bila-si-becar-zena-i-djevojica-vatra-divlja-rijeka-bila-si-glumica-633063> (pristup 13.11.2014.).